

فن الدعاية

ووسائل الإقناع

دكتور

رضا عبد الواحد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

فن الدعاية

ووسائل الإقناع

دكتور

رضا عبد الواحد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

أعوذ بالله من الشيطان الرجيم
بسم الله الرحمن الرحيم

"إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّذِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ
الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا
كَبِيرًا"

قرآن كريم
الآية 9 من سورة الإسراء

مقدمة

تمثل الدعاية أحد الأنشطة الاتصالية الهامة التي تمارسها الدول والمؤسسات والأحزاب ، وأتباع الديانات ، والأفكار المتعددة . وتعتمد الدعاية على مضمون إعلامي يكون غالبا مبالغا فيه ، مستثيرا عواطف الناس ، وقد تعتمد على معلومات صحيحة أحيانا ، حسب أنماط الدعاية المختلفة . ومن الأهمية الفائقة معرفة طرق ووسائل الإقناع في الإعلام بشكل عام ، والدعاية بوجه خاص ، ومعرفة - حتى على المستوى الفردي - كيف تكون شخصية مؤثرة . من هنا كانت هذه المحاضرات المخصصة لطلاب قسم الصحافة والإعلام ، في مساق فن الدعاية والإقناع.

والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل
دكتور / رضا عبد الواحد أمين

الفصل الأول

مفهوم الدعاية

تعد الدعاية أمراً هاماً في العصر الحديث ، لما يمكن أن تقوم به من أدوار هامة في الحياة الإنسانية بشكل عام ، وتأخذ عدة مفاهيم في أذهان الناس ، فهي عند البعض تحمل قيماً إيجابية يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف الداعي أو رجل الإعلام ، وتحمل عند الآخرين قيماً سلبية ، وترتبط بمعاني التأثير الزائف والخداع ، واستغلال العواطف الإنسانية كمدخل هام من مداخلها .

وتحاول الدراسة التالية تحديد المفهوم بشكل علمي ، لأن أهم خطوة عند دراسة شيء - طبقاً للأسلوب العلمي في معالجة الأمور - هو تحديد المفاهيم والمصطلحات ، ولأن الحكم على الشيء فرع من تصوره .

الدعاية في المعاجم اللغوية :

جاء في المعاجم العربية دعا بالشيء دعوا ودعوة ، ودعاء أي طلب إحضاره ، ودعا الأمر إلى كذا أي تطلبه ، ودعا فلاناً : صاح به وناداه ، والداعية هو الذي يدعو إلى دين أو فكرة ن يقال دعاه بداعية الإسلام ، والدعاية هي الترويج لأمر أو مذهب أو رأي بالكتابة أو الخطابة ونحو ذلك

¹ مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز (القاهرة : 1990م) ص 228

وقد وردت كلمة الدعاية في كتاب رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى الملوك والرؤساء (إني أدعوك بدعاية الإسلام) .

وفي اللغة الإنجليزية فإن كلمة الدعاية تعني : propaganda المشتقة من الفعل propagate ، والتي ترجع إلى الأصل اللاتيني propagatus ، وتعني الانتشئة والتنمية ، ومفهومها نشر الأفكار والآراء والعادات من شخص إلى شخص ، ومن جيل إلى جيل ، وقد استخدمت اللغة الفرنسية الأصل اللاتيني للتعريف بالمجمع المقدس الذي أسسه البابا جريجوري ، وسماه جمعية الدعاية المقدسة 1622م للتبشير بالمسيحية فيما وراء البحار .

تعريفات متعددة للدعاية :

تناول موضوع الدعاية المتخصصون في الصحافة والإعلام والاجتماع وعلم النفس والسياسة ، وقدموا إسهاماتهم النظرية لتحديد مفهوم الدعاية .

ومن هذه التعريفات :

- الدعاية هي فن التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والتغيير والترغيب أو الضمان لقبول وجهات النظر أو الآراء أو الأعمال أو السلوك .
- جاء في معجم مصطلحات الإعلام أن الدعاية هي التأثير على آراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ اتجاهها معيناً نحو نظام أو مذهب بصورة إيجابية أو سلبية ، في محاولة لتهيئة نفسيات الأفراد لقبول وجهات النظر التي تدعو لها ، والتشبع بها ، وقد تلجأ في ذلك إلى تشويه الحقائق وتحريفها .
- تعريف طلعت أسعد للدعاية : هي النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في عقيدة الجمهور باستخدام مجموعة من الدوافع العاطفية ، سواء لجعله يؤمن بفكرة أو مبدأ أو عقيدة معينة ، أو من أجل صرفه عن فكرة أو مبدأ أو عقيدة يؤمن بها .
- يعرف الباحث نورمان جون باول الدعاية بأنها نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كليهما معا .
- تعريف هارولد لازويل : التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عن عمد للتأثير في آراء وتصرفات واتجاهات أفراد آخرين أو مجموعات أخرى لتحقيق أهداف محددة من قبل من خلال مداخل نفسية .

- تعريف هندرسون : الدعاية هي عملية تحاول عمدا عن طريق فنون الإقناع أن تضمن للدعاية قبل أن يمارسها حرية التجاوب الذي يرجوه ناشرها .

ومن خلال استعراض التعريفات السابقة يمكن ملاحظة ما يلي :

- 1- أن الدعاية أحد الأنشطة الاتصالية الهامة .
- 2- أن هناك تشابها أساسيا بين الدعاية والإعلان ، فكلاهما له هدف محدد يسعى لتحقيقه ، مع اختلاف المجال .
- 3- أنها قد تحمل أهدافا نافعة طيبة ، وقد تحمل أهدافا سلبية على الجمهور المستهدف .

التعريف القانوني للدعاية :

يمكن تقديم تحديد القانون لمفهوم الدعاية ، ليتضح المفهوم أكثر ، حيث قدم القانون الأسباني الصادر عام 1944م تعريفه للدعاية " يعتبر دعاية كل طباعة لأي نوع من الكتب أو النشرات أو الإعلانات توزع باليد أو الصحف أو أي نوع آخر من النشرات التيبوغرافية الأخرى ، وكذلك

توزيعها أو حيازتها بقصد توزيعها أو الخطب أو الإذاعة اللاسلكية أو أي عمل آخر يساعد على النشر"¹

وتتضمن القوانين الخاصة بالمطبوعات والإعلام والنشر المتداولة في العالم معاني تقترب كثيرا مما ذكره القانون الأسباني ، مع الأخذ في الاعتبار أن القوانين غير معنية بتوضيح المفاهيم بقدر اعتنائها بالتنظيم القانوني والمؤسسي لأنشطة المجتمع .

الدعاية وبعض الأنشطة الاتصالية الأخرى :

تلتقي الدعاية كنشاط اتصالي مع عدد من المفاهيم الإعلامية في عدد من النقاط وتختلف مع بعضها في نقاط أخرى ، ومن هذه المفاهيم :

• الاتصال

ويشير مفهوم الاتصال إلى كافة أوجه النشاط والممارسات الإعلامية والدعائية والإعلانية والتعليمية ، ويلتقي مع الدعاية في كون كل منهما نشاطا بشريا تفاعليا ، وعملية اتصال ذات أشكال متعددة ، وفي كون أطراف العملية الاتصالية متشابهة إلى حد كبير ماعدا مسميات أطراف

¹ محمد عبد القادر حاتم ، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2006) ص 446

العملية الدعائية ، فعناصر عملية الاتصال الدعائي هي نفسها عناصر عمليات الاتصال الجماهيري .

فالمصدر = الداعية في العملية الدعائية ، وربما تقوم وكالات الإعلان والدعاية بدور تصميم وإعداد الرسالة الإعلانية والدعائية نيابة عن المعلن أو الداعية مقابل أجر معين .

والمتلقي = المعلن إليه أو الجمهور المستهدف بالرسالة الدعائية .

والوسيلة = الوسيلة الدعائية سواء كانت صحيفة أو محطة إذاعية أو تليفزيونية أو ملصقات أو مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت .

والتأثير = رد الفعل المباشر المتمثل في اتخاذ الشخص قرارا بتبني أو التعاطف مع الفكرة أو الرأي أو المذهب موضوع العملية الدعائية .

• الإعلام

وهو تزويد الجماهير بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم في تكوين رأي عام صائب حول واقعة من الوقائع أو قضية من القضايا

ويتفق الإعلام والدعاية في أن كلا منهما عملية اتصالية ، بينما يفترقان في أن الدعاية لا تقدم من المعلومات إلا ما يخدم أهداف الداعية أساسا ، ولا يقدم المعلومة الكاملة ، إلا ما يحقق هدف الدعاية في النهاية المتمثل في اعتناق الفكرة أو الرأي موضوع الدعاية.

الإعلان :

مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى الاتصال والمخاطبة الشفوية أو المرئية لمجموعة مختارة من الأفراد بغرض إخبارهم والتأثير عليهم لشراء سلعة ، أو التعامل مع وطلب خدمة أو تغيير اتجاهاتهم نحو أفكار أو ماركات أو مؤسسات معينة ، وذلك نظير أجر مدفوع لجهة إعلانية محددة .

ويلتقي في كثير من مكوناته مع الدعاية ، والفارق الأساسي بينهما يكمن في موضوع كل من الإعلان والدعاية

المعلومات

هي كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حادث ما ، أو هي ظاهرة اجتماعية حضارية ارتبطت بحياة الإنسان منذ محاولاته المبتكرة للتعرف على البيئة المحيطة .

والفارق الجوهرى بين كل من المعلومات والدعاية ، يتمثل في أن الجمهور يبحث عن المعلومات ويذهب إليها أما الدعاية فتبحث عن الجمهور وربما تصل إليه في مكانه .

• التنشيط البيعي

وهو الحوارات المباشرة التي يمارسها البائع مع المشتري وجها لوجه ، محاولا إقناعه وإغراءه ودفعه للشراء أو الاستفادة من الخدمة ، ويسمى أيضا البيع الشخصي ، ويمثله مندوب المبيعات أصدق تمثيل .

ويتميز عن الدعاية في كونه يعتمد الاتصال الشخصي أسلوبا وحيدا فعلا في عمليات الاتصال التي تتم عبر هذا الشكل .

• العلاقات العامة

وتعني كافة الأنشطة الاتصالية التي تبذل لتقوية وتدعيم العلاقة بين المؤسسة والجمهور الداخلي والخارجي ، والوصول إلى صورة إيجابية عن المؤسسة وإدارتها وسياساتها ، وقد تكون الدعاية جزءا من نشاط إدارة العلاقات العامة في إحدى المؤسسات ، وتهتم بالصورة الإيجابية عن المؤسسة ، بينما تركز الدعاية في الدرجة الأولى بالأفكار والآراء الذي قد تكون سياسية أو دينية ..الخ .

• الترويج

هو التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ للمعلومات ، وفي تسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة ، ويأخذ عدة أشكال ، ويلتقي مع الإعلان في كون هدف كل منهما هو بيع السلعة أو زيادة مبيعاتها في

النهاية ، ويلتقي مع الدعاية في كون كل منهما يعتمد على كفة الأساليب والسبل لإقناع الجمهور بالمضمون المقدم إليه .

• التسويق الاجتماعي

وهو ما يمكن وصفه بأنه يركز على الاحتياجات المجتمعية قبل الفردية ، ويعمل على التكامل بين مفردات النظام ، كما يركز على تحقيق الأهداف الاجتماعية الإنسانية ، بدلا من التركيز فقط على الربح المادي

لمحة تاريخية عن استخدام الدعاية :

لو أردنا البحث في تاريخ الدعاية لوجدنا أنفسنا نبحث في تاريخ البشرية نفسه، فمنذ أن اخذ الانسان يعبر عن نفسه من خلال الكلمات، الكتابة، الرموز، فانه لم ينفك يبحث بشتى الوسائل، من خلال الإيهام، المبالغة، تحريف الحقائق، إعادة صياغة الأخبار، من أجل الوصول إلى هدفه. ففي تاريخ مصر الفرعونية مثلا نجد أن الفراعنة كان يلغى أحدهم الآخر ويهدم معابده ويهشم تماثيله ويكسر منحوتاته ورموزه، وقد حدث مثل هذا الأمر قبل ثلاثة آلاف عام تقريبا، وكذا الأمر في حضارة وادي الرافدين بين السومريين والأكديين وفيما بعد بين الآشوريين والبابليين وكل

الأفهام التي عاشت في العراق القديم. فزاله رموز معينة أو أفكار معينة والتهينة لإحلال رموز جديدة ومنحها الشرعية والحضور لا يتم إلا عبر عمل وتحضير ووسائل (الدعاية).

ولم يكن المصطلح يحمل معنى سلبيا، إلا أن مضمون مصطلح (البروباجاندا) كوسيلة للإقناع السياسي قديم جدا قدم الانظمة السياسية في التاريخ، بالرغم من أن المصطلح أستخدم لأول مرة في علم الاتصال خلال القرن التاسع عشر.

المنظر الاعلامي الألماني (كلوس ميرتن) يعود بأصل مفهوم (الدعاية) إلى أرسطو في كتابه (الخطابة)، علما ان الكثير من قصص (العهد القديم) وتعاليمه يمكن تفسيرها كنصوص دعائية، فهي تحتوي على كل ما يمكن ان تحمله الدعاية من مضامين ووسائل واهداف، فهي تقدم التبريرات وتمنح الشرعية لأية أفعال عدوانية ضد المخالفين في الرأي والعقيدة والجنس والقومية، كل ذلك باسم (الارادة الإلهية) و(شعب الله المختار). وفي المرحلة الاغريقية كانت الدعاية تنحصر في السياسة الداخلية بإقناع الخصوم السياسيين والمفكرين، بينما كانت في السياسة الخارجية تعني خلق (صورة للعدو) من أجل توحيد الصف الشعبي من خلالها والاستفادة في تأجيل الكثير من المطالب الملحة للشعب ، ومن أجل منح الشرعية للحروب ولتحقيق الاطماع التوسعية واقامة الامبراطوريات، فالامبراطورية الرومانية قامت بدعم كبير وهائل من العمل الدعائي،

فالهيمنة والاحتلال والانقلابات السياسية جميعها تبحث عن الشرعية وعن التمويل ولا يمكن ذلك بدون الدعاية.

أما في القرون الوسطى ، وبالتحديد في العام 1079 حينما دخل المسلمون إلى القدس فاتحين، ثار القياصرة والبابوات والأمراء في أوروبا ضد ذلك، وفي العام 1095 بدأت الحروب الصليبية، حينها أطلق البابا أوربان الثاني خطبة دعائية للفرسان داعيا إياهم للتوجه نحو الأرض المقدسة وتحريرها من المسلمين.

لكن مصطلح (البروباجاندا)، الحديث في اللغات الأوروبية، يعود لفترة حرب الثلاثين عاما التي شهدتها أوروبا ، والمانيا بالتحديد، أي ما بين الأعوام 1618 – 1648، وكما يسميها فريدريك انجلز (حرب الفلاحين)، والتي حدثت نتيجة الانشقاق التاريخي في الكنيسة الكاثوليكية بتمرد (مارتن لوثر) على الكنيسة محاولا إصلاحها دينيا ودنيويا، مما أدى إلى نشوب الحرب بين الشمال والجنوب في أوروبا، وخوفا من إنتشار أفكار (مارتن لوثر) تشكلت لجنة كنسية للدعاية، كان ذلك في العام 1622. ويؤكد البروفيسور (كلوس ميرتن) بأنه لم تكن هناك أهداف لنشر افكار خاصة، وانما كانت هناك أوراق توزع تتهم الطرف المقابل بأنه مشعوذ وانه هرطوقي ومارق على الدين. إلا ان ظهور الطباعة واكتشاف المطابع أحدث قفزة هائلة في العمل الدعائي حيث صار توزيع الأوراق والكتب

ليس في شتم الخصم فقط وإنما في نشر الأفكار والمبادئ والتعاليم الخاصة أيضا.

الثورة الفرنسية منحت مصطلح (البروباجاندا) أو (الدعاية) ، بعدا جديدا، حيث كصار يفهم بمعنى (التنوير)، كما انها منحت الصحافة سلطة هائلة في التأثير على الجماهير، ما دفع السياسيين لاستخدامها كوسيلة اساسية في الصراع السياسي. ولم يكن المصطلح يحمل معنى سلبيا قط مثلما هو عليه اليوم.

إلا أن الإستخدام المعاصر لمصطلح الدعاية جرى بأميركا وبريطانيا في بدايات القرن العشرين وبالتحديد في الحرب العالمية الأولى، حينما دعا الرئيس الاميركي ويلسون لجنة دعائية ساهم في عضويتها كبار المفكرين والمنظرين الاكاديميين أمثال جون ديوي ، فالتر ليمان، أدورد بيرنبايس، كذلك حينما تأسست في بريطانيا وزارة للدعاية التي أخذت على عاتقها مهمة تحريض الشعب الأميركي ضد الألمان. و نجحت في ذلك نجاحا عظيما. وقد الف فالتر ليمان بعد ذلك كتابه الشهير (نظرية الديمقراطية) التي كانت تؤكد على ان الشعب يتألف من طبقتين، الأولى طبقة المتخصصين الذين يمثلون مصالح الأكثرية ويقررون عنهم، والطبقة الأخرى هي طبقة الأكثرية الغالبة والذين نتيجة لنقص معارفهم تركوا للمختصين إمكانية التقرير مكانهم. وقد كانت نتيجة لمثل هذه الدراسات والبحوث أن قام المفكر الألماني فيرديناند تونيس باصدار كتابه القيم في(نقد

الرأي العام). وبعد كتاب (الدعاية) لأدوارد بيرنايس من أهم الأعمال الفكرية في ما بعد الحرب العالمية الأولى

الشيوعية تفهم (الدعاية)، بمعنى (التحريض)، وفي أدبيات الماركسية اللينينية هناك مقاطع محددة مأخوذة من أقوال (لينين) عن دور الصحافة مشبها إياها بمنفاخ الحداد الذي يجب يوقد الجمر باستمرار. كما أنها تفهم الدعاية باعتبارها وسيلة لتهديم الأفكار البرجوازية وبالمقابل نشر الأفكار الاشتراكية، ومن هنا أولت السلطة السوفياتية الدعاية إهتماما إستثنائيا، بحيث كانت تدير ابصارهم عن الكثير من عيوب واقعهم وتجعلهم مقتنعين بها. لكن المنظرين يفرقون بين (الدعاية) و(التحريض)، حيث ان (التحريض) هو تقنية إعلامية تركز عادة على القضايا الانية التي لها علاقة بمصالح الناس المباشرة وبالمنفعة الاجتماعية في اللحظة المحددة وفي الوضع المحدد بطريقة انفعالية وعاطفية وذلك من أجل توجيه مشاعر الناس وعواطفهم بشكل عفوي نحو الهدف المنشود. بينما(الدعاية) على العكس فهي تسعى لتأثير طويل الأمد وليس مؤقت وبمصادقية سياسية ومن أجل تأسيس وعي سياسي جديد من خلال مضمون الدعاية وشكلها الذي له يستمد طاقته من ايديولوجيا معينة. النازيون أعطوا الدعاية والتحريض دورا كبيرا في عملهم السياسي، حتى انهم اسسوا لذلك وزارة

سميت بوزارة الدعاية والاعلام الجماهيري، وكانوا يفهمون الدعاية كتحريض.

من الناحية النظرية فان كلمة (الدعاية) تستدعي فهما غير دقيق وموقفا سلبيا ، فقد تكون المعلومات الموجود في الدعاية صحيحة وقد تكون كاذبة ، لكن في الحالتين فان المتلقي اليوم لا يثق بها وينظر اليها باعتبارها قرينة للكذب.

(هارولد لاسويل)، (1902-1976)، أحد الآباء في تاريخ تأسيس علم الاتصال والاعلام يعرف الدعاية كأحد أهم المفاهيم في علم الاتصال، والذي ينضوي تحته ظواهر أساسية في الاتصال مثل الاعلان والعلاقات العامة. وفي نفس الوقت يعتبرها نشاط اتصالي تحريضي واضح ومباشر. فهو لا ينظر الى الدعاية باعتبارها حقلا للنص وللإشارات وانما وضعها وفعلا اتصاليا تطلق فيه الاهداف.

المنظر الألماني البروفيسور (كلاوس ميرتن) يعرف الدعاية مثل لاسويل باعتبارها فعلا وعملية اتصالية، رسالتها ومضمونها أشياء أساسية تسعى في النهاية إلى الهيمنة على المتلقي.

النظرية النقدية: جميع ممثلو النظرية النقدية من أدرنوا وهوركهايمر وصولا إلى هابرماس، إينسينسبيرغر، بروكوب، ومونخ، يؤكدون بأن السلطة السياسية تؤكد سلطتها من خلال هيمنتها على الفعل والممارسة التقنية وعلى المنظومة التقنية لأجهزتها. السيادة تتجسد في الأجهزة

الإدارية، فالرأسماليون حسب مفكري النظرية النقدية يفقدون خصوصيتهم وهويتهم كقوى مسؤولة ومباشرة، وانما يمكن رصد هيمنتهم من خلال الأجهزة البيروقراطية، لكن السلطة لا يمكن ان تتجسد من خلال المؤسسات والدولة فقط وانما ايضا من خلال التأثير البشري المتجسد في تفاصيل الحياة اليومية .

فمن خلال الإعلان، العلاقات العامة، وسائل الاتصال الجماهيري، يجد الانسان العادي نفسه مقادا ومتأثرا دون إرادة منه، كي يكبت حاجته للتحرر من الاستغلال والأضطهاد، ومن أجل تدجينه بحيث يمكن تقبل (العبودية) الاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها، وبالتالي يفقد روح وإرادة المعارضة. ويتعبّر آخر يمكن (أئمة) الجمهور، وإيقاظ الروح الفردية والانعزالية فيه، بحيث يبتعد عن النقاشات السياسية مع الآخرين، ويبتعد عن مشاكسة الأقوياء. وإذا ما كان هريوت ماركوزة قد تحدث عن (العبودية الديموقراطية) في مجتمع ذي بعد واحد، فأنا نجد اليوم نعوم تشومسكي يتحدث عن (الدعاية الديموقراطية المرعبة).

نموذج الدعاية عند تشومسكي:

تشومسكي مثل اقرانه من مفكري النظرية النقدية امثال ادرنو، ماركوزة وفروم يؤكدون بأن النظام الإعلامي هو مكنة دعائية جبارة، فهو

ينظر الى الدعاية باعتبارها وسيلة للهيمنة، كموثر آيديولوجي، بغض النظر عن الأسلوب والوسيلة التي تصل بها إلى مقاصدها.

في كتابيه الشهيرين (الاقتصاد السياسي لوسائل الاعلام) الذي كتبه مع ادوارد هيرمان، و (هيمنة وسائل الاتصال) يقدم تشومسكي نظرة جديدة إلى عالم وسائل الاتصال الأميركية، ويقدم نموذجاً حول علاقات وتداخلات وسائل الاعلام. أنه يؤكد بان وسائل الاعلام الأميركية لا تخضع لأية رقابة مباشرة من الدولة إذا ما استطاعت ان تحقق رقابتها الذاتية. ففي كتابه (هيمنة وسائل الاتصال) يقدم تشومسكي (نموذج الدعاية) باعتبار نموذج وظيفي لوسائل الاعلام يكشف عن المصالح المالية والسلطوية المتشابكة مع السلطة السياسية للدولة. فنموذج الدعاية يخلق شروطاً لثلاثة مستويات مختلفة:

1. شروط المستوى الأول تمس وظائف وسائل الاتصال
2. شروط المستوى الثاني تمس المناقشات والتقييمات حول علاقات وسائل الاتصال

3. شروط المستوى الثالث تمس ردود الافعال على البحوث حول سلوك وسائل الاعلام.

النتيجة العامة لكل مستوى من هذه المستويات تؤكد بأن المعلومات التي تضح في جميع وسائل الاتصال تخدم حاجات السلطة المستقرة. ومن أجل أن يجسد تشومسكي رؤيته حول نموذج الدعاية فإنه يستخدم مصطلح (المدخل)، وهو يرى خمس مداخل تقود وسائل الاعلام.

المدخل الأول: هيمنة قلة قليلة من القوى المالية على أكبر المؤسسات الإعلامية في أميركا، فهو يجدول أكبر المؤسسات من ناحية القدرة المالية، والتأثير، والسمعة والصيت إلى أربع وعشرين مؤسسة، بينها قنوات التلفزة الوطنية، الصحف، دور نشر الكتب والمجلات، والمؤسسات التلفزيونية الخاصة جدا، وكل هذه المؤسسات هي التي تسيطر على السوق الاعلامية ليس في الولايات المتحدة فحسب وإنما تؤسس للمشهد الاعلامي العالمي كله وتهيمن عليه.

المدخل الثاني: المعلنون ، ليس قاريء الجريدة أو المستمع للراديو هم المستهلكون الأساس لمنتجات وسائل الاعلام، وإنما المعلنون ، الشركات المعلنة والتي لهم تتوجه وسائل الاعلام لتلبية رغباتهم. فالأموال المخصصة للاعلانات بحد ذاتها تشكل أكبر تحد ، وأكبر إغراء، وأكبر قوة أمام وسائل الاعلام، فهي التي تحدد بقاء المؤسسة الاعلامية أو زوالها من سوق الاعلام.

المدخل الثالث: مصادر الأخبار القيمة والجادة. فمن أجل إشباع حاجات الجمهور المتلقي اليومية للأخبار تضطر وسائل الاعلام الى إيجاد تيار متدفق وغير منقطع من الأخبار المختلفة، لاسيما الأخبار التي لها علاقة بالسلطة وبالنخب السياسية والاقتصادية. ومن هنا فان على وسائل الاعلام ان تكون قريبة من مصادر الخبر السياسي والاجتماعي، وقريبة من النخب السياسية والاقتصادية، وبالتالي فانها، ومن أجل ضمان تدفق الاخبار إليها، تجد نفسها بارادتها أو دون إرادتها تهادن هذه الأجهزة، وتتحول بالتالي إلى بوق لها.

المدخل الرابع: التنظيم الاستراتيجي، وهذا المدخل يكون فاعلا في حالات خاصة فقط. فحينما تمر إحدى وسائل الاعلام بظروف مالية صعبة فليس أمامها سوى التوجه إلى الرفاق المحافظين في السلطة لتمويلهم ومد يد المساعدة إليهم أو من خلالهم إلى إيجاد مصادر مالية أخرى، والتي تنعكس بلا شك على سياسة وسيلة الاعلام. وأدائها المهني وخطابها الاعلامي.

المدخل الخامس: العداء للشوعية والإرهاب كدين جديد للدولة. فلقد حولت وسائل الاعلام قضية العداء للشوعية إلى أيديولوجية وعقيدة، بحيث صار أي موقف معاد لهذه النظرة وكأنه عداء للدولة والوطن وخروج على التقاليد وجريمة وطنية، ومنذ سقوط الاتحاد السوفيتي صارت وسائل

الاعلام الأميركية تبحث عن صورة لعدو جديد، فمرة هو الإسلام ومرة هو الإرهاب وبأسميهما ، حقا او باطلا، تدجن وسائل الاعلام عقل وروح المتلقي الغربي.

ومن هنا فإن تشومسكي لم يختلف مع الطروحات الكلاسيكية لمفكري المدرسة النقدية في أن وظيفة وسائل الاعلام داخليا هو ترويض المتلقي وكبت مشاعره المعرضة وتدجين العبودية وتجميلها بحيث تصير مقبولة، وفي الخارج تصنع عدوا لها، تهيء الناس وتوجه مشاعر الخوف لدى الجمهور المتلقي بحيث يتفق مع أي إجراء تتخذه السلطة فيما بعد. كما يتضح، وإعتقادا على فهم المدرسة النقدية، بأن الدعاية هي جوهر العمل الاعلامي. رغم ان الأداء الدعائي نفسه يتخذ أشكالا وتوصيفات متعددة .

الفصل الثاني

أنواع الدعاية

يصنف أساتذة الإعلام الدعاية تصنيفاً كلاسيكياً إلى ثلاثة أنواع :

(1) الدعاية البيضاء:

وهي النشاط المكشوف من قبل دولة ضد دولة أخرى .

وتتميز بأنها :

• معروفة المصدر .

• محددة الأهداف .

• تسعى دائماً لخدمة أغراض نبيلة .

والمثال الأكبر على هذا ، هو الإذاعات الموجهة التي تصدر عن دولة ما ، تعلن عن نفسها في وضوح ، ولكنها تستخدم فيها لغة الدولة الخصم ، والأساليب التي تجذب شعبها ، وربما أغنياتها ومواضيعها المفضلة أيضاً ، بحيث تدس بين هذا وذاك بعض الأخبار التي ربما تكون صحيحة أو لا ، لترك تأثير خاص في الشعوب أو الجيوش ..

ولكي تنجح الدعاية البيضاء لابد أن تستند إلى شيء من الحقائق التي يدركها شعب أو جيش الخصم حتى لا يفقد الثقة بها ، خاصة وأنها تصدر من مصدر معروف بعدائه وخصومته .. (مثل الدعاية العربية ضد الدعاية الصهيونية).

(2) الدعاية الرمادية:

وهي دعاية :

- معروفة المصدر .
- تهدف إلى أغراض ملتوية .

وتختفي وراء هدف معين ، والدعايات الرمادية تحتاج إلى أكبر قدر ممكن من الذكاء والحنكة ، نظراً لأنها لا بد ألا تحمل بصمة واضحة ومحددة لذا فمستخدمها يكون في المعتاد خبيراً في مجاله ، وأستاذاً في فن التعامل مع الجماهير ، وتوجيه فكرها ، وتحوير اتجاهاتها ، دون إشارات واضحة ، أو توجيهات مباشرة جلية ..

ومن الممكن ان تكون الدعايات الرمادية مقروءة ، أو مسموعة ، أو حتى مرئية ، وفقاً لمقتضيات الموقف ، ونوع الوسائل المتاحة والمنتشرة ، وفي منطقة الخصم ، والتي يمكن أن تكون ضعيفة ومحدودة ، أو شديدة التطور ، بحيث تغوص عبر شبكات الانترنت ، ورسائل المحمول ، وغيرها .. (إذاعات الدول الاشتراكية والإذاعات السرية من بعض الدول العربية)

(3) الدعاية السوداء:

وهي دعاية :

- غير معروفة المصدر ، وربما تدعي أنها تصدر من مكان غير المكان الذي تصدر أو تدّاع أو تثبت منه .
 - تغلف دائما بجو من السرية .
 - تحتوي على مزيج من الأخبار والشائعات أو الشائعات فقط .
- وهي قائمة وتتصف بالكتمان وعدم العلنية وتقوم على نشاط المخابرات والعملاء السريين ميزتها انها تزدهر وتنمو قرب أرض العدو، وتعتبر أداة أساسية للحرب. والدعاية السوداء هي دعاية مباشرة ولكنها تصدر حتماً عن مصدر يخالف المصدر المعلن ، كأن تنشئ (إسرائيل) مثلاً محطة إذاعية باللغة العربية ، يعمل فيها يهود من أصول عربية ، على نحو يوحي بأنها محطة للمعارضة في الخارج ..
- أو يمكن أن يكون هذا عبر مواقع الأنترنت ، التي تطلق عبر الشبكة ، باعتبارها من مصدر قومي معارض مثلاً ، في الحين انها في الواقع تنطلق من موقع معاد تماماً .. وهو ما يحدث بالفعل في كثير من المواقع العربية ، حيث يندسجنود الموساد بين المعلقين لنشر الأفكار الدعائية التي من شأنها تثبيط عزائم العرب ، وتحطيم المعنويات .

وتأثير الدعاية السوداء هو أقوى تأثير معروف ، من بين كل أنواع الدعاية الاخرى ؛ لأنه يكسب ثقة المستمع ، او المشاهد ، أو المتابع ، الذي يتعامل ، معها باعتبارها مصادر صديقة ، تسعى إلى صالحه ومستقبله ،

فى الحقيقة أنها فى واقعها مصادر عدوة تسعى لتدميره والقضاء عليه ..

والتاريخ يحمل لنا عشرات الأمثلة ، للدعايات الناجحة فى كل الحروب ، وكل المجالات ، والتي تبدأ من إطلاق الشائعات ، إلى إلقاء المنشورات ، التى تحوى إما الترهيب أو الترغيب ، إلى الإذاعات الموجهة ، والمستفزة والملتوية ، والمتخفية ، إلى أفلام السينما ، والأفلام التسجيلية ، والكتب والروايات ، وإلى ماتطور إليه العلم الآن ، من رسائل هاتفية قصيرة ، ومواقع شبكة الإنترنت ، والرسائل البريدية الإلكترونية ..

الدعاية الاستراتيجية والدعاية التكتيكية

تنقسم الدعايات إلى استراتيجية وتكتيكية باختلاف الجهات المستهدفة .

فالدعايات الاستراتيجية تستهدف عادة الجماعات المدنية ، وتمثل في ذلك الرؤية التقليدية للدعاية .

أما الدعايات التكتيكية فتستهدف أساسا الجماعات العسكرية.

-الدعاية الاستراتيجية:

تضم الدعاية الاستراتيجية والتي تسمى أيضا بالحروب السياسية، جملة الوسائل الاستراتيجية المستعملة في ميدان الاتصال وفي مجال السياسة القومية ، والموجهة للشعوب المعادية أو الحليفة بغية إيهامها بأن مصالحها الذاتية يمكن خدمتها بشكل أفضل عند اعتمادها لوجهة نظر الجهة القائمة بالدعاية

وتهدف الدعاية الاستراتيجية إلى التأثير على الأفراد والجماعات ذات المواقف غير المتشددة، أو ذات الموقف السلبي ، التي يمكن أن تقوم بأعمال مؤثرة وفارقة على مستوى الواقع . وتطبق هذه الدعاية بشكل دائم وعلى مدى طويل لتغيير قناعات الأفراد ، ويتم دعمها بوسائل متعددة من

التضليل الإعلامي ، حتى تتمكن من استثمار عرض نقاط قوتها إلى أبعد الحدود ، وتخفي سلبياتها ونقاط ضعفها وإيهام العامة بأن مصالح القائم بالدعاية تخدم الرقعي الإنساني والسعادة البشرية.

في الجانب الدفاعي لتطبيقات هذه الدعاية ، يقوم القائم بالدعاية بعرض إيجابيات سياسته الخارجية والتعظيم على سلبياتها لتغيير قناعات الجهات المستهدفة ، فيستخدم وسائل ذات مضامين تسعى للتأثير على الرأي العام الداخلي ، إما لتبرير المواقف الحكومة ، أو للرفع من المعنويات الشعبية ، أو للحصول على دعم شعبي للمواقف الحكومة . وللحصول على تأييد شعبه ، يلجأ القائم بالدعاية عادة إلى الحط من مكانة الأعداء : إما بتصويرهم على أنهم ذوو طباع منحرفة وإجرامية ، أو على أنهم يتفقدون لمقومات القيادة والتصرف المسئول والحكيم

وغالباً ما تستعمل الحكومات أسلوب التضليل الإعلامي لتحقيق الأهداف التالية في المستوى الدفاعي

1-حجب المعلومات عن العدو أو تضليله عن طريق مجموعة من الأخبار التي يتم ترويجها في صفوف الجماهير التابعة للقائم بالدعاية.

2-التعظيم على الأخبار الحقيقية السيئة كي لا تتحطم معنويات الجماهير التابعة.

3- عدم تقليص كمية الأخبار المضللة التي يقع فيركتها حتى وإن تم تحقيق النجاح التام في السياسات المعتمدة (فنجاح المهمة يجب ألا يكون مدعاة لتقليص الجهود الدعائية ، بل لا بد من الحفاظ على نفس الوتيرة حتى يمكن حماية المكاسب الحاصلة ، والسعي لتحقيق مهمة مواءمة تحقق مكاسب جديدة

4- إخفاء جرائم الحرب والمهمات القذرة التي تم ارتكابها في سياق إنجاز المهمة

أما في الجانب الهجومي ، فإن الدعاية الاستراتيجية تسمح بدعم نجاحات المؤسسة العسكرية عن طريق تحطيم إرادة المقاومة لدى العدو بدون اللجوء إلى تحطيم المنشآت في بلد العدو . وفي هذا المستوى ، تتجه المضامين الدعائية لنزع صفة الشرعية عما تقوم به الحكومة المعادية ، وتحطيم شعبيها وتخذيله عن دعم حكومته . وفي هذا الصدد ، يكون التركيز على جماهير الدولة المعادية بالغ الأهمية لعدة أسباب:

1- فهي قادرة على التأثير في مواقف قياداتها.

2- وهي المحرك الأساسي للإنتاج .

- 3- كما أنها قد تصبح داعمة لتيارات داخلية معارضة في صفوف العدو .
- 4- إضافة إلى أنها تلعب دورا أساسيا في رفع معنويات الجنود أو الحط منها .

ويرى لورنر أن الدعاية الاستراتيجية لا تكون ناجعة إذا ما استهدفت عقائد النظام المعادي ، لأن هذه العقائد تشكل عسبا حيويا في ثقافة الشعوب لا تقبل المس بها ، خصوصا في الأنظمة الديكتاتورية التي تمارس فيها رقابة مشددة على الإعلام ووسائل الاتصال بما لايسمح بمناقشة أية عقائد أخرى مخالفة للمجتمع . لذلك فإن القائم بالدعاية يسعى إلى فهم طبيعة النسيج الاجتماعي والثقافي كي لا تقع مصادمته من خلال المضامين الدعائية . ولذلك ، وتقاديا للانعكاسات السلبية للأعمال السيئة التي توجه ضد العدو ، يكرر القائم بالدعاية تأكيداته بأن نزاعه ليس مع شعب الدولة المعادية بل مع قياداتها وحكامها فقط . ويمكن هذا الأسلوب في التمييز بين الشعب وقيادته من تمزيق وحدة المجتمع المعادي إضافة إلى زرع بذور الشك في إخلاص قيادته وصحة مواقفه السياسية.

الدعاية التكتيكية:

على الرغم من أن أي عمل عسكري يحدث ، بطريقة مقصودة أو غير مقصودة ، آثارا نفسية سلبية (انهيار المعنويات ، الشعور بالخوف ، القلق والإرهاق ..) إلا أن هذه العمليات تندرج ضمن الدعاية التكتيكية. فهذا النوع من الدعاية ، أو بالتعبير الشائع (الحرب النفسية) يستخدم جميع أنواع الاتصال لدعم القوات المقاتلة ، ولتغيير ميزان القوى من خلال التأثير النفسي بأحد الطرق التالية :

- * إخبار الخصم بالإجراءات المتبعة التي تدعوه إلى الاستسلام
- * تهويل المعلومات الخاصة بالقدرة التدميرية للأسلحة المستعملة
- * تحطيم معنويات العدو عن طريق إيهامه بحتمية هزيمته
- * دعم القوى الحليفة
- * التلاعب بأعصاب العدو لخلق حالة من القلق الدائم
- * تشديد الضغوط الرقابية على المدنيين مثال : توجيه الإنذارات للمدنيين بعدم الذهاب إلى بعض الأماكن المحددة ، لأنها ستكون عرضة للضربات العسكرية

*القيام بدعاية مضادة لما يروجه العدو مثال : الحديث عن المعاملة الجديدة التي سيلاقونها الجنود في حالة استسلامهم.

ويرى ديوراندين أن الدعاية التكتيكية ذات أهداف قصيرة الأمد و لا تستهدف بالضرورة تغيير الفئات ، بل إنها قد تكون في بعض الأحيان متعارضة مع الأهداف السياسية ، كما أنها تخاطب الجبهة المعادية وليس إلى الجبهة الداخلية .

و الدعاية التكتيكية تخضع للشروط التالية كي تكون ناجحة:

حدد كاتز مجموعة من العوامل الكفيلة بنجاح الدعاية التكتيكية ، منها :

- 1- ضرورة أن تكون مضمونها صادقا وحقيقيا لتفادي فقدان المصداقية.
- 2- ضرورة استخدامها بالتوازي مع استخدام القوة ، وإلا فإنها تصبح غير ذات جدوى وحدها .
- 3- تنويع استعمالها لا يتعدى لحظات الانتصار ، لأن مضمونها يفقد معناه إذا ما اعتقد الجنود بأهمية استمرار القتال.
- 4- تجنب استعمال المعلومات غير المنطقية أو المازحة

5-عدم استعمال مضامين إيديولوجية لأن الإيديولوجيا تفقد تأثيرها على الجنود في اللحظات المصيرية .

6-عدم جدوى المضامين التي تهدف لإثارة الخوف لدى الجنود لأنهم مدربون على التحكم في شعورهم بالخوف ، بعكس تأثيرها على المدنيين.

الدعاية التجارية :

تلعب الدعاية التجارية دورا حاسما في الحياة الاقتصادية ، ولذا توليها المؤسسات والشركات والدول والأفراد عناية كبيرة لخطورة الآثار التي تترتب على حسن استغلالها .

ومجال العاية التجارية الأفكار الاقتصادية التي تقوم بترويجها لصالح جهة ما أو شركة أو مؤسسة ما بهدف تحقيق أرباح اقتصادية في نهاية المطاف .

الفصل الثالث

الشائعات

مفهوم الشائعات

تدل المعاجم اللغوية أن الشائعة والإشاعة بمعنى ، وهي الخبر ينتشر ولا تثبت فيه¹ .

والشائعة² هي رواية تنتقلها الأفواه دون التركيز على مصدر يؤكد صحتها ، أو أنها اختلاق لقضية أو لخبر ليس له أساس من الواقع ، أو هي مجرد التحريف بالزيادة أو النقصان في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة³ .

وعرفها الباحثان جوردن أولبرت G.W. Allport وليو بوستمان Leo Postman بأنها كل قضية أو عبارة نوعية مطروحة للتصديق ، وتتداول من فرد إلى آخر بالكلمة الشفهية في العادة دون أن تستند إلى دلائل مؤكدة على صدقها ، وتحتوي كل شائعة دائما على شيء من الحقيقة

4

¹ مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز (القاهرة : الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، 1990م ، ص 357

²

³ . محمود أبو زيد ، الشائعات والضبط الاجتماعي ، دراسة سيكومترية في قرية مصرية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1980) ص 65

⁴ G.W.Allport and Leo Postman ,The Psychology of Rumor-Henry Holt and Co.New York ,1984, p.IX

ولكن مقولة أن كل شائعة تحتوي على شيء من الحقيقة غير دقيقة تماما ، فكثير من الشائعات ليس لها أي أساس من الحقيقة ، مثل الشائعات التي أطلقها كفار قريش على النبي (صلى الله عليه وسلم) وروجوا كذبا أنه ساحر يسحر الناس بحلاوة منطقه ، وأنه مجنون ، وأنه كاهن .

فالشائعة إذا هي عبارة عن رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة يتم تداولها شفويا أو إعلاميا ، وهي مطروحة لكي يصدقها الجمهور دون أن تتضمن مصادرها ، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية ، وبعضها يشتمل على نواة من الحقيقة ، لكن معظمها مختلق ، ودوافعها إما أن تكون نفسية أو سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية ، وأهدافها غالبا سلبية ، وتتعرض أثناء تداولها لتحريف بالزيادة أو النقصان ، غير أن معدل الزيادة دائما أكبر من معدل النقصان ، فالشائعة مثل كرة الثلج التي تتزلق على سطح جليدي¹ .

¹د. محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس (القاهرة : مكتبة ابن سينا ، 1996م) ص 12

شروط انتشار الشائعات :

(1) أهمية الموضوع : ويقصد به أهمية الموضوع الذي تدور حوله الشائعة بالنسبة لكل من الراوي والمستمع ، فإذا كانت ثمة أهمية حقيقية للموضوع فإن هذه يعني أن شرطاً أساسياً من شروط حياة الشائعة قد توافر .

(2) الغموض : بمعنى غياب المعلومات الدقيقة والكافية عن موضوع الشائعة ، ومن ثم تتكون بيئة خصبة للاجتهادات التفسيرية والتخمينات العقلية التي تحاول فك شفرة الغموض عن موضوع الشائعة ، وترجع العوامل التي تصنع غموضاً حول موضوع ما إلى الأسباب الآتية :

- نقص المعلومات
- تضارب المعلومات وتناقضها
- عدم القدرة على فهم المعلومات المقدمة نظراً لعدم وضوحها أو لخلل في ملكات الفهم
- عدم الثقة في مصادر المعلومات¹

(3) الاستعداد النفسي والعقلي : فالأشخاص الأسوياء ذوي التكوين النفسي المتوازن والصحة العقلية ذات النزعة النقدية ليسوا

¹المصدر السابق نفسه ، ص 14

عرضة لنشوء الشائعات وتداولها بينهم حتى لو توافر عاملاً
الأهمية والغموض في الموضوع ، حيث إن الموضوع المهم
الذي حوله غموض لن يدفعهم إلى تكوين شائعات أو إلى تقبلها
إذا نشأت من مصدر آخر لأنهم على معرفة بطبيعة ظهور
الشائعات والقانون الذي يحكمها ، ولا يقبلون أخباراً إلا إذا كانت
مدعومة ببراهين صدقها ، وعلى النقيض من هذا فإن الأشخاص
ذوي الاستعداد النفسي والعقلي لتقبل الشائعات هم الذين يمثلون
بهذا الاستعداد العامل الثالث في حياة الشائعة . وبتوضيح أكثر
فإن حالات التوتر والقلق والقابلية للحسد والإسقاط النفسي
والتركيبة العقلية غير النقدية هي ما يمثل العامل الثالث من
عوامل انتشار الشائعات .

أنواع الشائعات :

تتقسم الشائعات تقسيمات متعددة باعتبارات مختلفة ، فتنقسم باعتبار الدوافع والدلالات إلى :

- (1) **شائعات الأحلام والأمانى :** وينتشر هذا النوع بين الناس لأنهم لهم حاجات ورغبات وآمال فيها ، وهي عبارة عن تنفيس لهذه الرغبات والحاجات والآمال ، وهذا النوع ينتشر بسرعة بين الناس لأنها تشعرهم بشيء من الرضا والسرور ، أو تخفف عنهم بعض الآلام والمتاعب ، مثال ذلك أن تسري شائعة بين الموظفين لزيادة رواتبهم ، ومثالها الشائعة التي سرت بين المسلمين في الحبشة بعد هجرتهم إليها أن أهل مكة دخلوا الإسلام فرجعوا إلى مكة لما بلغهم ذلك ، حتى إذا دنوا من مكة بلغهم أن ما سمعوه من إسلام أهل مكة باطل ، فلم يدخل أحد منهم الإسلام إلا مستخفيا ، أو بجوار¹.
- (2) **شائعات الكراهية :** ويصدر هذا النوع ليعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التي تحش بها نفوس بعض الناس ، ومما يساعد على انتشار هذا النوع ما يشعر بها مختلفوها من

أ.د. محمد رمضان البوطي ، فقه السيرة النبوية (القاهرة : دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة ، 1999م)
ص 92

الراحة النفسية التي تنتج عن التنفيس عن مشاعرهم ودوافعهم ،
ومثالها الشائعات التي يطلقها زملاء العمل ضد أحدهم رغبة
منهم في وقف طموحه أو نجاحه ، ومنها شائعة الإفك الكبرى
التي أشاعها المنافقون ضد رسول الله وزوجه السيدة عائشة
رضي الله عنها على النحو الذي سنتناوله - بمشيئة الله تعالى -
بشيء من التفصيل .

(3) **شائعات الخوف :** وينتشر في حالة سيطرة الخوف والقلق على
الناس لأنهم يكونون مستعدين لأن يتوهموا أموراً كثيرة لا أساس
لها من الصحة ، ومستعدين لتفسير الحوادث العادية تفسيرات
خاطئة تملأها عليهم مشاعر الخوف والوهم .¹ ومثال هذا النوع
من الشائعات ما فعله نعيم بن مسعود الغطفاني من إشاعة غدر
قريش وغطفان باليهود عند اليهود ، وإشاعة غدر اليهود بقريش
والأحزاب عند معسكر المشركين .

وهناك تقسيمات أخرى للشائعات حسب الموضوع : سياسية ،
واقتصادية ، وعسكرية ، وجنسية ، الخ

¹ انظر د. محمد فريد عزت ، بحث في الإعلام الإسلامي (جدة : دار الشروق ، 1983 م) ص 17 بتصرف

وتنقسم الشائعات من حيث سرعتها إلى :

- (1) الشائعة البطيئة أو الزاحفة : وهي التي تروح ببطء ، ويتناقلها الناس همسا ، وبطريقة سرية ، إلى أن يعرفها الجميع آخر الأمر .
- (2) الشائعة السريعة أو العنيفة وهي التي تنتشر بين جماعات كبيرة في زمن بالغ القصر ، ومن أنماطها ما يروج أثناء الكوارث العامة أو الأحداث الضخمة .
- (3) الشائعة القامصة أو الغاطسة : وهي التي تظهر في وقت وظروف ثم تختفي لتعاود الظهور من جديد في مثل الأحوال التي ظهرت فيها أول مرة¹ .

ويمكن تقسيم الشائعة حسب إمكانيات انتشار وحياة وتداول الشائعة أو عدم ذلك إلى شائعات خاملة وأخرى نشطة ، ويمكن تقسيمها تقسيمات أخرى غير التي وردت في التصنيفات السابقة .

¹د. أحمد نوفل ، الإشاعة (المنصورة : دار الوفاء للطباعة والنشر ، 1983) ص 79

مصادر الشائعات :

- (1) الخصوم ، سواء كانوا ظاهرين أم غير ظاهرين ، دولا أو أفرادا أو جماعات .
- (2) الطابور الخامس Fifth Column وهم جماعة الخونة والمخربين من داخل المجتمع لصالح عدو خارجي في حالة عداة أو حرب مع الوطن أو القيادة ، ويعود هذا التعبير إلى فرانسيكو فرانكو الذي أعلن إبان الحرب الأهلية الأسبانية 1935-1939م أنه يهاجم مدريد بأربعة طوابير من الخارج ، ويساعده أنصاره من داخل مدريد في طابور خامس .
- (3) الذات الفردية أو الجماعية ، فليست الشائعة دائما من الآخر ، بل قد يطلق الأفراد أو الجماعات شائعات عن أنفسهم لتحقيق أهداف محددة مثل الشائعة التي أطلقتها إسرائيل قبل حرب أكتوبر 1973 بأنها صاحبة الجيش الذي لا يقهر .

خلفيات نفسية وراء الشائعات :

- (1) الخوف الذي يؤدي إلى حدوث ارتباك في وسائل الإدراك المعرفي يؤدي إلى عدم القدرة على التقدير السليم لأمر العالم الخارجي ، ويظهر هذا بوضوح في حالات الخوف المرضي ، كما يظهر للأشخاص العاديين في حالات الخوف الشديد .

- (2) الإسقاط : سواء كان الإسقاط مباشرا أو غير مباشر ، كقول أحد الموظفين المرتشين : كل الموظفين مرتشون ، وكل الذمم فاسدة .
- (3) الحسد ، حيث يحرك الحسد الكثير من نوازع الرغبة في تشويه صورة الآخرين .
- (4) السأم والبحث عن الإثارة .
- (5) الكراهية
- (6) التوترات الانفعالية¹

أهداف الشائعات :

هناك شائعات موجهة إلى الأفراد وشائعات موجهة إلى الجماعات أو المجتمعات وأخرى موجهة إلى الدول.

وتهدف الشائعات الفردية إلى :

- (1) تشويه صورة الآخر .. كأن تحبك القصص عن فساد ذمة الخصم أو كونه مدهونا ، أو علاقات غير مشروعة .

¹د. محمد عثمان الخشت ، مصدر سابق ، ص 24-44 بتصرف شديد

- (2) دق الأسافين ، ويغلب هذا الهدف على شائعات النميمة حيث تكون الغاية هي الإيقاع بين الناس لإحداث الفرقة بينهم .
- (3) إرضاء الأصدقاء عندما يكونون من الذين يثبذون بجمع القصص والأخبار الشاذة .
- (4) الدخول في دائرة اهتمام الآخرين بترديدتهم للشائعات .
- (5) جلب الشهرة ، فقد يروج الشخص شائعة حول نفسه للقيام بهذا الغرض .
- (6) ملء فراغ الحديث .
- (7) تعطيل نجاح الآخرين وتشتيت انتباههم .
- وعلى مستوى الجماعات قد يكون الهدف هو تخفيف العبء ، أو تبرير الفشل ، أو ترويج المنتجات للشركات ، أو حتى تعطيل رواج منتجات الشركات المنافسة .
- وعلى مستوى الدول تأخذ الشائعات أهدافا مثل تحطيم المعنويات ، والتحفيز ضد شيء ما ، أو قد تكون طعما لاصطياد الحقائق ، أو سحبا لتغطية الحقائق ، أو القضاء على مصداقية أنباء الخصم ، أو اضطراب تفكير الخصم ، أو رسم الهالة حول الذات .¹

¹المصدر السابق ، ص 45

ومما سبق يتضح أن هدف الشائعات غالبا ما تكون غير أخلاقية ، لذا فإن للإسلام موقف ومنهج في التعامل مع الشائعات ، يتسم بالمنهجية العلمية الفائقة .

موقف الإسلام من الشائعات :

يحرم الإسلام إطلاق الشائعات المغرضة ضد الأفراد والمجتمعات التي تحتوي على الأخبار الكاذبة ، والأحداث الملفقة ، لأهداف غير أخلاقية ، لأنها تضعف الهمم ، وتعرقل العزائم ، وتحطم الآمال ، وتعوق سير الأعمال ، وتوقف مسيرة الإصلاح .

ومن يقترب شيئا من ذلك يأثم ، حيث يقول رسول الله (صلى الله عليه وسلم) فيما أخرجه الطبراني في الكبير عن أبي الدرداء :

(أيما رجل أشاع على رجل مسلم بكلمة وهو منها بريء يشينه في الدنيا كان حقا على الله تعالى أن يدنيه يوم القيامة في النار حتى يأتي بإفناذ ما قال)

يعني يحبسه في نار جهنم حتى يثبت صحة ما رماه به ، ولن يتسنى له ذلك .

ومن ذب عن عرض أخيه كان له حجاباً من النار ، قال
رسول الله (صلى الله عليه وسلم) فيما رواه مسلم :
" من ذب عن عرض أخيه بالغيب كان حقاً على الله أن يقيه النار " ثم
قرأ (وَكَانَ حَقًّا عَلَيْنَا نَصْرُ الْمُؤْمِنِينَ)¹

وإذا كانت الشائعات جماعية أي ضد الجماعة تضاعف أثرها ،
فيتضاعف وزرها فإنها قد توقد نار الحروب وتتشرب البغضاء والشحناء
، وتعصف بالأمن والطمأنينة والسلام ، لذلك كله حذرنا الله تعالى من
الأخبار السيئة والشائعات الرديئة التي يختلفها ذوو النيات السيئة الذين
يعملون على إشاعة الفرقة وبلبلة الخواطر وإحداث الفوضى في صفوف
الأمّة² .

ومن مناحي الإعجاز في التشريع الإسلامي المتمثل في القرآن
الكريم والسنة النبوية أنه وضع منهجاً علمياً ذا قواعد وأسس واضحة
لمواجهة الشائعات ومنع خطرهما عن الأفراد والمجتمعات على النحو
الذي تعجز أمامه كل الأطروحات الفكرية والاجتهادات العقلية النظرية
، بل والقوانين الوضعية والمواثيق الأخلاقية والحقوقية لمحاولة حصار
الشائعة أو أدها قيل أن تشيع بين المجتمع .

¹ الآية رقم (47) من سورة الروم

² محمد عبد الرؤوف بهنسي ، الرأي العام في الإسلام (القاهرة :مؤسسة الخليج العربي ، الطبعة الثانية ، 1987م)

وليس هذا الموقف موقفا أخلاقيا مثاليا فحسب ، وإنما كذلك موقف عملي واقعي ، فقد وضع الإسلام لمواجهة الشائعات الهدامة مجموعة من التدابير لصد هذه الشائعات ، وتنقسم هذه التدابير إلى قسمين :

الأول : يتمثل في التشريعات والإجراءات التي تعمل على عدم خلق بيئة مواتية لظهور الشائعات

والثاني : يتمثل في اتخاذ مجموعة من الإجراءات التي يمكنها خنق الشائعات في بداية ظهورها إذا استطاعت الظهور واخترقت التدابير الأولى ، وفي النهاية فإن كل هذه التشريعات مكملة لبعضها ومدعمة لها

وتتمثل هذه الإجراءات فيما يلي :

- (1) تحريم الكذب : إذ أن كل محتويات الشائعة أو بعضها على الأقل افتراء واختلاق ، والله تعالى يقول (إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ كَاذِبٌ كَفَّارٌ)¹ ، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم (كبرت خيانة أن تحدث أخاك حديثا هو لك به مصدق وأنت له به كاذب)² ، وهذا يحدث تماما في نقل الشائعات ، كما يحذر الرسول (صلى الله عليه وسلم) من مختلق الشائعات ليثبت

¹ الآية رقم (3) من سورة الزمر

² أخرجه البخاري في كتاب الأدب المفرد ، وأبو داود وأحمد والطبراني

روح الضحك بين الأصدقاء ، فيقول (ويل للذي يحدث فيكذب
ليضحك به القوم ، ويل له ، ويل له)¹ وعد النبي (صلى الله
عليه وسلم) الكذب شعبة من شعب النفاق ، فقال في الحديث
الصحيح (آية المنافق ثلاث : إذا حدث كذب ، وإذا وعد أخلف
، وإذا أؤتمن خان)² .

(2) تحريم الغيبة ، حيث تتطوي الشائعة - ولا شك - على الغيبة
التي هي ذكر المرء أخاه بما يكرهه لو بلغه ، سواء ذكره بنقص
في بدنه أو نسبه أو في خلقه أو في فعله أو في دينه أو في دنياه
، حتى في ثوبه وداره ودابته³ ، وتحريم الإسلام للغيبة هي
محاصرة لإحدى جبهات الشائعات حيث يقول تعالى : "وَلَا
يَغْتَابُ بَعْضُكُمُ بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا
فَكَرَهُتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ"⁴ وروى أبو
هريرة أن النبي (صلى الله عليه وسلم) قال " أتدرون ما الغيبة
؟ " قالوا الله ورسوله أعلم قال " ذكرك أخاك بما يكرهه قيل
أرأيت إن كان في أخي ما أقوله ؟ قال : "إن كان فيه ما تقدم فقد

¹ أخرجه أبو داود والترمذي وحسنه ، والنسائي .

² متفق عليه

³ أبو حامد الغزالي ، إحياء علوم الدين ، ج2 (القاهرة : مكتبة مصر ، ص1998م) ص 180

⁴ سورة الحجرات ، الآية رقم (12)

اعتبته ، وإن لم يكن فيه فقد بهته ¹ كما طلب الإسلام من المسلم إذا سمع الشائعات والكلام الذي يحتوي على الغيبة أن يرد غيبة أخاه ، فعن أبي الدرداء رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " من رد عرض أخيه بالغيب كان حقا على الله أن يرد عن عرضه يوم القيامة " ² وعن أسماء بنت يزيد قالت قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " من ذب عن عرض أخيه بالغيب كان حقا على الله أن يعتقه من النار " ³ .

(3) عدم التحدث بالخبر إلا بعد علم و يقين : لأن قوام الشائعة الظن والتخمين ، ولا بد للمسلم من التثبت والتأكد من المعلومات والأخبار التي يتناقلها . والذي يتدبر القرآن الكريم يجد كثيرا من آياته تأمر الناس بالتثبت من صحة ما ينطقون به ، وما يسمعون من غيرهم ، وما يقرءونه في صحفهم ، وما يدور بينهم من أحداث في حياتهم ⁴ ، ومن هذه الآيات قوله تعالى : " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَى إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا تَبْغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ مَغَانِمُ كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلُ فَمَنْ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا إِنَّ اللَّهَ

¹ أخرجه مسلم

² أخرجه ابن أبي الدنيا ، والطبراني

³ أخرجه الطبراني

⁴ محمد سيد طنطاوي ، الإشارات الكافية وكيف حاربها الإسلام (القاهرة : دار الشروق : 2001) ص 188

كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا¹ ومن أجمع الآيات القرآنية التي حاربت الإشاعات الكاذبة ، وأمرت المؤمنين بالتثبت من صحة ما يصل إليهم من أخبار قوله تعالى : " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ (6) وَاعْلَمُوا أَنَّ فِيكُمْ رَسُولَ اللَّهِ لَوْ يُطِيعُكُمْ فِي كَثِيرٍ مِّنَ الْأَمْرِ لَعَنِتُّمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ حَبَّبَ إِلَيْكُمُ الْإِيمَانَ وَزَيَّنَّهُ فِي قُلُوبِكُمْ وَكَرَّهَ إِلَيْكُمُ الْكُفْرَ وَالْفُسُوقَ وَالْعِصْيَانَ أُولَٰئِكَ هُمُ الرَّاشِدُونَ (7) فَضَلَّ اللَّهُ مَن يَشَاءُ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (8)"² ، ومن أقوال علي بن أبي طالب رضي الله عنه " ولا تعجلن إلى تصديق ساع ، فإن الساعي غاش ، وإن تشبهه بالصالحين ، واعلم أن من أسرع إلى الناس بما يكرهون قالوا فيه ما لا يعملون "

(4) تحريم نقل وتداول الأخبار الكاذبة بين الجماهير ، وليس مجرد الكذب ، بل نشر ونقل الأخبار والمعلومات التي يعرف الشخص أنها مكنوبة ، لما يمثل ذلك من إيذاء للمؤمنين ، وادعاء عليهم بالباطل ، والاشتراك في محاولات التشهير بهم ، وقد تعدد الله تعالى أولئك بقوله عز وجل : " وَالَّذِينَ يُؤْتُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغْيٍ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدْ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا³ "

¹سورة النساء ، الآية رقم 94

²سورة الحجرات ، الآيات (6-8)

³سورة الأحزاب ، الآية رقم 58

(5) كتمان الشائعات والتزام الصمت أمامها بدلا من تناقلها ، لأن الكتمان لها يميّتها ، ويدل على الاستخفاف بشأنها ، ومتى حدث ذلك في أي أمة سادها الأمن والأمان ، وقد عائب الله تعالى نفرا من المؤمنين بعدما تناقلوا شائعة الإفك عن السيدة عائشة رضي الله عنها فقال : " وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ (16) يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُولُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (17) وَيُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (18) ¹ وعن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي (صلى الله عليه وسلم) أنه قال " من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيرا أو ليصمت " ² ، وقال " من صمت نجا " ³ وجعل رسول الله أكثر ما يكب الناس في النار حصائد الألسنة تنبيها لخطورة ما يتقوه به الإنسان ، ويشارك به في نشر الشائعات ، فقد قال معاذ بن جبل قلت يا رسول الله أنواخذ بما نقول ؟ فقال " تكلمتكم أمك يا ابن جبل وهل يكب الناس في النار على مناخرهم إلا حصائد ألسنتهم ؟ " ⁴ ومن الآيات التي توعدت مروجي الإشاعات الكاذبة قول الله تعالى " لَنْ يَنْتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَالَّذِينَ

¹ سورة النور ، الآيات (16-18)

² متفق عليه

³ رواه الطبراني بسند جيد

⁴ أخرجه الترمذي وصححه وابن ماجه ، والحاكم وقال صحيح على شرط الشيخين

فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِبَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا (60) مَلْعُونِينَ أَيْنَمَا تَقِفُوا أُخِذُوا وَقُتِلُوا تَقْتِيلًا (61) سُنَّةَ اللَّهِ فِي الَّذِينَ خَلَوْا مِنْ قَبْلُ وَلَنْ تَجِدَ لِسُنَّةِ اللَّهِ تَبْدِيلًا (62)¹ والمرجفون في المدينة هم الذين كانوا ينشرون أخبار السوء بين المؤمنين ، ويلقون الأكاذيب الضارة بهم ، ويذيعونها بين الناس .

(6) الكف عن نشر الفضائح بأي صورة من الصور ، بل إن الستر على المسلم من شيم الإسلام ، يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " ومن ستر مسلماً ستره الله يوم القيامة " ² ، وليس معنى الستر التستر على المجرمين والظلمة وعدم الشهادة عليهم فهؤلاء يجب كشفهم وإظهار سوء أفعالهم ما تحققت المعلومات الكافية ، أو توفر عنصر الشهود في بعض المخالفات ، وما عدا ذلك يوجب الإسلام على من يروج الشائعات المكذوبة بعض العقوبات ، مثل عقوبة الخوض في أعراض الناس دون أن تتوافر الشهادة الشرعية ، وهو ما يعرف بالقذف ، قال تعالى :
إِنَّ الَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ الْغَافِلَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ لُعُنُوا فِي الدُّنْيَا
وَالْآخِرَةِ وَلَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ ، يَوْمَ تَشْهَدُ عَلَيْهِمْ أَلْسِنَتُهُمْ وَأَيْدِيهِمْ

¹سورة الأحزاب ، الآيات (60-62)
²رواه مسلم

وَأَرْجُلُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ، يَوْمَئِذٍ يُوفِّيهِمُ اللَّهُ دِينَهُمُ الْحَقَّ وَيَعْلَمُونَ أَنَّ اللَّهَ هُوَ الْحَقُّ الْمُبِينُ¹

(7) رد الأمور إلى مصادرها الأصلية ، فحين تسري الشائعة بين الناس ، وتتضارب المعلومات ، وتتوه الحقائق ، ينبغي على المسلم أن يرجع للمصادر الأصلية للحصول على المعلومات الصادقة دون الانسياق وراء هذه الإشاعات ، لا كما يفعل المنافقون في أوقات السلم والحرب بهدف زعزعة استقرار الأمة ، وضرب وحدتها خدمة لتحقيق أهداف أعدائها ، وقد فضح الله طائفة منهم تبنت هذا السلوك ، قال تعالى : " وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَ الَّذِينَ يُسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا²"

(8) مواجهة الشائعات بالمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة ، بدلا من ترك الفرصة أمام مروجي الشائعات لاختلاق الأحداث وتلقيحها ، ولي عنق الحقائق ، ومن النماذج على مواجهة الشائعات ووأدها بأسلوب نشر المعلومات الصحيحة ما فعله جعفر بن أبي طالب رضي الله عنه أمام النجاشي ملك الحبشة بعدما أشاع عمرو بن العاص - قبل أن يسلم - عن المسلمين

أسورة النور ، الآيات (23-25)
سورة النساء ، الآية رقم 83

المهاجرين للحبشة بأنهم سفهاء من قريش ، وقال للنجاشي : " إن ناسا من سفهائنا فارقوا دين قومهم ولم يدخلوا في دينك ، وجاءوا بدين مبتدع لا نعرفه نحن ولا أنتم ، ونرجو أن تطردهم من بلادك " ووضح جعفر الأمر وأجله فقال للنجاشي : " أيها الملك : كنا قوما أهل جاهلية ، نعبد الأصنام ، ونأتي الفواحش ونقطع الأرحام ، ونسيء الجوار ، ويأكل القوي منا الضعيف ، فكنا على ذلك ، حتى بعث الله إلينا رسولا منا ، نعرف نسبه وصدقه وأمانته وعفافه ، فدعانا إلى الله لنوحده ونعبده ، ونخلع ما كنا نعبد نحن وآباؤنا من دونه من الحجارة والأوثان ، وأمرنا بصدق الحديث ، وأداء الأمانة ، وصلة الرحم ، وحسن الجوار ، والكف عن المحارم والدماء ، ونهانا عن الفواحش ، وقول الزور ، وأكل مال اليتيم ، وقذف المحصنات فصدقناه وآمنا به واتبعناه على ما جاء به من دين الله فدعا علينا قوما ، فعدبونا وفتنونا عن ديننا ، ليردونا إلى عبادة الأوثان ، وأن نستحل ما كنا نستحل من الخبائث ... فلما قهرونا وظلمونا وضيقوا علينا ، وحالوا بيننا وبين ديننا خرجنا إلى بلادك ، واخترناك على من سواك ورغبنا في جوارك ، ورجونا أن لا نظلم عندك أيها الملك ¹ ، ولم يكتف جعفر بتوضيح الحقائق ، بل قدم الأدلة القاطعة

أبو محمد عبد الملك بن هشام المعافري ، السيرة النبوية ، ج 1 (القاهرة : دار التراث العربي : تحقيق د. أحمد حجازي السقا ، د. ت.) ص 206

على كلامه حينما تلا بعض آيات القرآن الكريم من أول سورة مريم ، حتى بكى النجاشي ، وقال : " إن هذا والذي جاء به عيسى ليخرج من مشكاة واحدة " وتعهد بعدم إسلام المسلمين إلى مبعوثي قريش ، وهكذا في كل شائعة لو حوصرت بالمعلومات الصحيحة والأدلة على بطلانها كان ذلك سببا في اندثارها ، وخيبة أمل مختلفيها .

(9) ضرورة أن يتحلى المسلم بالحس النقدي لما قد يسمعه، فليس كل ما يسمع يصدق ، والله تعالى أمرنا أن نتبين ونتثبت عند سماعنا للأخبار والمعلومات فقال في آية واضحة كل الوضوح على ذلك " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ " ¹ وفي قراءة صحيحة ، فتثبتوا بدلا من فتبينوا ، ولذلك لما وقعت حادثة الإفك واتهام السيدة عائشة رضي الله عنها بالفاحشة قال أبو أيوب الأنصاري رضي الله عنه لامرأته : يا أم أيوب لو أنك مكان عائشة أكنت فاعلة ؟ قالت : لا والله ما كنت فاعلة ، قال : فوالله عائشة خير منك ² ، فقد وضع أبو أيوب وزوجته ما سمعوه من شائعات في السياق الصحيح لاستنتاج الأمور ووضعها في ميزان النقد ، فلا سيرة وأخلاق عائشة تسوغ لهذه الشائعة ، ولا سيرة وخلق

¹سورة الحجرات ، الآية رقم 6

²ابن هشام ، السيرة النبوية ، مصدر سابق ، ص 224

صفوان بن المعطل تسمح له بالتجرؤ على عرض رسول الله صلى الله عليه وسلم ، فينبغي على المسلم أن يضع المقدمات الصحيحة ويدركها ليصل إلى النتائج الصائبة .

(10) غرس الروح المعنوية العالية في الأمة : لتحسينها ضد الشائعات المغرضة التي تفت في عضد الأمة ، والحالة المعنوية للأمة مسألة في غاية الأهمية ، فالحالة المعنوية هي القوة الذاتية الكامنة في داخل الإنسان والتي تدفعه لإنجاز أهدافه ، أو تهبط من همته ، أو هي العامل الذي يحفز الإنسان إلى إطلاق أقصى طاقاته وقدراته الإبداعية ، ويضاعف من فعالية أدائه¹ ، ويلعب القادة دوراً مهماً في تقوية الروح المعنوية للمجتمع ، لما لهم من تأثير على الرأي العام ، ويتحقق ذلك من خلال القرارات الصائبة والحكمة التي يتخذها لصالح المجتمع ، والقدرة على الاستقراء والتحليل والاستنتاج والثقة بالنفس والاطمئنان على الجبهة الداخلية ، وخاصة في أوقات الحروب ، وتجد الشائعات بيئتها الخصبة مع انخفاض همة المجتمع وانتشار القيم السلبية كاليأس والإحباط والاستسلام والسلبية واللامبالاة .

(11) تغليب حسن الظن بالمسلمين : حيث يقول الحق تبارك وتعالى " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا

¹ أسيا عبد الله باهيري ، قراءات واجتهادات في الحرب النفسية (الرياض : 1422هـ ، د.ن.) ص 11

تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ" ¹ أي لا تظنوا بأهل الخير سوءاً إن كنتم تعلمون من ظاهر أمرهم الخير ، وإذا سمعتم من الشائعات التي تنال من مسلم عرف عنه الخير فغلبوا حسن الظن ، ولا تظنوا به إلا الخير ، وقد عاتب الله الذين لاكوا بالسنتهم شائعة الإفك فقال " لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُبِينٌ " ² ، وكان لأبي أيوب الأنصاري وزوجته موقفاً نبيلاً تبين فيه حسن الظن بالسيدة عائشة رضي الله عنها ، التي ما علم منها إلا خيراً كما توصلاً في استنتاجهما ، وعن أبي هريرة رضي الله عنه أنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " إياكم والظن ، فإن الظن أكذب الحديث ولا تحسسوا ولا تجسسوا ولا تناجسوا ولا تحاسدوا ولا تباعضوا ولا تدابروا ، وكونوا عباد الله إخواناً " ³ وروى عن أمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضي الله عنه أنه قال: ولا تظنن بكلمة خرجت من أخيك المؤمن إلا خيراً، وأنت تجد لها في الخير محملاً. وقال عبد الله بن عمر رضي الله عنهما قال: رأيت النبي صلى الله عليه وسلم يطوف بالكعبة

¹سورة الحجرات ، الآية رقم 12

²سورة النور ، الآية رقم 12

³رواه الشيخان ، واللفظ للبخاري

ويقول: "ما أطيبك وأطيب ريحك ما أعظمك وأعظم حرمتك، والذي نفس محمد بيده لحرمة المؤمن أعظم عند الله تعالى حرمة منك، ماله ودمه وأن يظن به إلا خيراً"¹ وحذر النبي (صلى الله عليه وسلم) من سوء الظن بالمسلمين ، ووضع العلاج لهذا الداء ، فعن حارثة بن النعمان رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "ثلاث لازمت لأمتي: الطيرة والحسد وسوء الظن" فقال الرجل: وما يذهبن يا رسول الله ممن هن فيه ؟ قال صلى الله عليه وسلم: "إذا حسدت فاستغفر الله، وإذا ظننت فلا تحقق، وإذا تطيرت فامض"² فالإسلام يقطع على المسلم كل سبل الظن السيئ بإخوانه ، وأن لا يتمادى في هذا الظن ، إذ من سمات المؤمنين الصادقين أن يدعوا الله قائلين " رَبَّنَا اغْفِرْ لَنَا وَلِإِخْوَانِنَا الَّذِينَ سَبَقُونَا بِالْإِيمَانِ وَلَا تَجْعَلْ فِي قُلُوبِنَا غِلًّا لِلَّذِينَ آمَنُوا رَبَّنَا إِنَّكَ رَءُوفٌ رَحِيمٌ "³، ومن أراد أن يحسن الناس به الظن فعليه أن يتجنب الشبهات ومواضع التهم ، وأن لا يقول قولاً أو أ، يفعل فعلاً يحمل غيره على سوء الظن به، ولقد ضرب لنا نبينا صلى الله عليه وسلم - أروع الأمثلة في انتقاء الشبهات ، فقد روت أم المؤمنين السيدة صفية بنت حيي بن

¹رواه ابن ماجه

²رواه الطبراني

³سورة الحشر ، الآية رقم 10

أخطب أن النبي - صلى الله عليه وسلم - كان معتكفا في المسجد فذهبت إليه وتحدثت معه ، فلما أرادت الانصراف قام رسول الله يمشي معها ، فمر بهما رجلان من الأنصار ، فسلما وانصرفا مسرعين ، فناداهما الرسول - صلى الله عليه وسلم - وقال لهما : " إنها زوجتي صفية " فقالا يا رسول الله ما نظن بك إلا خيرا ، فقال - صلى الله عليه وسلم - : " أنا أعلم ذلك منكما ولكن الشيطان يجري من ابن آدم مجرى الدم في ، وإني خشيت أن يقدف فيكما شيئا " ، والدعوة إلى حسن الظن ليس معناها الغفلة عن كيد الأعداء ومكرهم وسوء سعيهم ، وإنما تعني البقطة والحذر ولكن دون شطط أو تحميل الأشياء ما لا تحتمل¹ وبذلك تخدم نار الشائعات ، وتقتل في مهدها بهذه الروح التي ينبغي أن تسود بين مجتمع المسلمين .

نموذج لمعالجة القرآن والسنة إحدى الشائعات الخطيرة ، وهي :

شائعة الإفك

وملخص هذه الشائعة هو أن نفرا اتهموا السيدة عائشة بنت أبي بكر الصديق رضي الله عنهما وأشاعوا عنها ارتكابها الفاحشة مع صفوان بن

1. د. محمد سيد طنطاوي ، سابق ، ص 226

المعطل السلمي رضي الله عنه ، والواقعة كما أوردها البخاري رحمه الله
في صحيحه :

(قالت عائشة رضي الله عنها : كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا
أراد سفراً أقرع بين أزواجه ، فأيتهن خرج سهمها خرج بها رسول الله
صلى الله عليه وسلم معه ، قالت عائشة : فأقرع بيننا في غزوة غزاهما
فخرج فيها سهمي ، فخرجت مع رسول الله صلى الله عليه وسلم بعد ما
أنزل الحجاب ، فكننت أحمل في هودجي وأنزل فيه ، فسرنا حتى إذا فرغ
رسول الله صلى الله عليه وسلم من غزوته تلك وقفل ، ودنونا من المدينة
قافلين ، أذن ليلة بالرحيل ، فقممت حين آذنوا بالرحيل ، فمشيت حتى
جاوزت الجيش ، فلما قضيت شأني أقبلت إلي رحلي ، فلمست صدري فإذا
عقد لي من جزع ظفار قد انقطع ، فرجعت فالتمست عقدي فحبسني ابتغاؤه
، قالت : وأقبل الرهط الذين كانوا يرحلون لي ، فاحتلموا هودجي فرحلوه
على بعيري الذي كنت أركب عليه ، وهم يحسبون أنني فيه ، وكان النساء
إذ ذاك خفافاً لم يهبلن ، ولم يغشن اللحم ، إنما يأكلن العلكة من الطعام ،
فلم يستكر القوم خفة اليهودج حين رفعوه وحملوه ، وكنت جارية حديثة
السن ، فبيعثوا الجمل فساروا ، ووجدت عقدي بعدما استمر الجيش ، فجئت
منازلهم وليس بها منهم داع ولا مجيب ، فتيممت منزلي الذي كنت فيه ،
وظننت أنهم سيفقدونني فيرجعون إلي ، فبينما أنا جالسة في منزلي غلبتني
عيني فنمت ، وكان صفوان بن المعطل السلمي ثم الذكواني من وراء

الجيش ، فأصبح عند منزلي ، فرأى سواد إنسان نائم فعرفني حين رأني ، وكان رأني قبل الحجاب ، فاستيقظت باسترجاعه حين عرفني ، فخمريت وجهي بجلبابي ، ووالله ما تكلمنا بكلمة ، ولا سمعت منه كلمة غير استرجاعه ، وهوى حتى أناخ راحلته ، فوطئ على يدها ، فقممت إليها فركبتها ، فانطلق يقود بي الراحلة حتى أتينا الجيش موغرين في نحر الظهيرة وهم نزول ، قالت : فهلك في من هلك ، وكان الذي تولى كبر الإفك عبد الله بن أبي ابن سلول . قال عروة : أخبرت أنه كان يشاع ويتحدث به عنده ، فيقره ويستمعه ويستوشيه . قال عروة أيضاً : لم يسم من أهل الإفك أيضاً إلا حسان بن ثابت ، و مسطح بن أثاثه ، و حمنة بنت جحش ، في ناس آخرين لا علم لي بهم ، غير أنهم عصابة ، كما قال الله تعالى ، وإن كبر ذلك يقال له : عبد الله بن أبي ابن سلول . قال عروة : كانت عائشة تكره أن يسب عندها حسان ، وتقول : إنه الذي قال

فإن أبي ووالده وعرضي لعرض محمد منكم وقاء
قالت عائشة : فقدمنا المدينة ، فاشتكت حين قدمت شهراً ، والناس يفيضون في قول أصحاب الإفك ، لا أشعر بشيء من ذلك ، وهو يربيني في وجعي أني لا أعرف من رسول الله صلى الله عليه وسلم اللطف الذي كنت أرى منه حين أشتكى ، إنما يدخل علي رسول الله صلى الله عليه وسلم فيسلم ، ثم يقول : (كيف تيك) . ثم ينصرف ، فذلك يربيني

ولا أشعر بالشر ، حتى خرجت حين نَقِيت ، فخرجت مع أم مسطح قبل المناصع ، وكان متبرزنا ، وكنا لا نخرج إلا ليلاً إلى ليل ، وذلك قبل أن نتخذ الكنف قريباً من بيوتنا ، قالت : وأمرنا أمر العرب الأول في البرية قبل الغائط ، وكنا نتأذى بالكنف أن نتخذها عند بيوتنا ، قالت : فانطلقت أنا و أم مسطح ، وهي ابنة أبي رهم بن المطلب بن عبد مناف ، وأمها بنت صخر بن عامر خالة أبي بكر الصديق ، وابنها مسطح بن أثانة بن عباد بن المطلب ، فأقبلت أنا و أم مسطح قبل بيتي حين فرغنا من شأننا ، فعثرت أم مسطح في مرطها فقالت : تعس مسطح ، فقلت لها : بئس ما قلت ، أتسيبن رجلاً شهد بدرًا ؟ فقالت : أي هتاه أو لم تسمعي ما قال ؟ قالت : وقلت : وما قال ؟ فأخبرتني بقول أهل الإفك ، قالت : فازددت مرضاً على مرضي ، فلما رجعت إلى بيتي دخل علي رسول الله صلى الله عليه وسلم فسلم ، ثم قال : (كيف تيكُم) . فقلت له : أتأذن لي أن آتي أبي ؟ قالت : وأريد أن أستيقن الخير من قبلهما ، قالت : فأذن لي رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت لأمي : يا أمّاه ، ماذا يتحدث الناس ؟ قالت : يا بنية ، هوني عليك ، فوالله لقلما كانت امرأة قط وضيئة عند رجل يحبها ، لها ضرائر ، إلا أكثرن عليها . قالت : فقلت : سبحان الله أو قد تحدث الناس بهذا ؟ قالت : فبكيت تلك الليلة حتى أصبحت لا يرقأ لي دمع ولا أكتحل بنوم ، ثم أصبحت أبكي ، قالت : ودعا رسول الله صلى الله عليه وسلم علي بن أبي طالب و أسامة بن زيد ، حين استلبث الوحي ،

يسألها ويستشيرهما في فراق أهله ، قالت : فأما أسامة فأشار على رسول الله صلى الله عليه وسلم بالذي يعلم من براءة أهله ، وبالذي يعلم لهم في نفسه ، فقال أسامة : أهلك ، ولا نعلم إلا خيراً . وأما علي فقال : يا رسول الله ، لم يضيق الله عليك ، والنساء سواها كثير ، وسل الجارية تصدقك . قالت : فدعا رسول الله صلى الله عليه وسلم بريرة ، فقال : (أي بريرة ، هل رأيت من شيء يريبك) . قالت له بريرة : والذي بعثك بالحق ، ما رأيت عليها أمراً قط أغمصه أكثر من أنها جارية حديثة السن ، تنام عن عجين أهلها ، فتأتي الداجن فتأكله ، قالت : فقام رسول الله صلى الله عليه وسلم من يومه فاستعذر من عبد الله بن أبي وهو على المنبر ، فقال : (يامعشر المسلمين ، من يعذرني من رجل قد بلغني عنه أذاه في أهلي ، والله ما علمت على أهلي إلا خيراً ، ولقد ذكروا رجلاً ما علمت عليه إلا خيراً ، وما يدخل على أهلي إلا معي) . قالت : فقام سعد بن معاذ أخو بني عبد الأشهل فقال : أنا يا رسول الله أعذرك ، فإن كان من الأوس ضربت عنقه ، وإن كان من إخواننا من الخزرج ، أمرتنا ففعلنا أمرك . قالت : فقام رجل من الخزرج ، وكانت أم حسان بنت عمه من فخذ ، وهو سعد بن عباد وهو سيد الخزرج ، قالت : وكان قبل ذلك رجلاً صالحاً ، ولكن احتملته الحمية ، فقال لسعد : كذبت لعمر الله لا تقتله ، ولا تقدر على قتله ، ولو كان من رهطك ما أحببت أن يقتل . فقام أسيد بن حضير وهو ابن عم سعد ، فقال لسعد بن عباد

: كذبت لعمر الله لنفثته ، فإنك منافق تجادل عن المنافقين . قالت : فثار
الحيان الأوس والخزرج ، حتى هموا أن يقتتلوا ، ورسول الله صلى الله
عليه وسلم قائم على المنبر ، قالت : فلم يزل رسول الله صلى الله عليه
وسلم يخفضهم ، حتى سكتوا وسكت ، قالت : فبكيت يومي ذلك لا يرقأ لي
دمع ولا أكتحل بنوم ، قالت : وأصبح أبواي عندي ، وقد بكيت ليلتين
ويوماً ، لا يرقأ لي دمع ولا أكتحل بنوم ، حتى إنني لأظن أن البكاء فالق
كبدني ، فبينما أبواي جالسان عندي وأنا أبكي ، فاستأذنت علي امرأة من
الأنصار فأذنت لها ، فجلست تبكي معي ، قالت : فبينما نحن على ذلك دخل
رسول الله صلى الله عليه وسلم علينا فسلم ثم جلس ، قالت : ولم يجلس
عندي منذ قيل ما قيل قبلها ، وقد لبث شهراً لا يوحى إليه في شأني بشيء
، قالت : فتشهد رسول الله صلى الله عليه وسلم حين جلس ، ثم قال : (أما
بعد ، يا عائشة ، إنه بلغني عنك كذا وكذا ، فإن كنت بريئة ، فسيبرئك
الله وإن كنت ألممت بذنب ، فاستغفري الله وتوبي إليه ، فإن العبد إذا
اعترف ثم تاب ، تاب الله عليه) . قالت : فلما قضى رسول الله صلى الله
عليه وسلم مقالته قلص دمعي حتى ما أحس منه قطرة ، فقلت لأبي :
أجب رسول الله صلى الله عليه وسلم عني فيما قال ، فقال أبي : والله ما
أدري ما أقول لرسول الله صلى الله عليه وسلم ، فقلت لأمي : أجيبني
رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما قال : ، قالت أُمي : والله ما أدري ما
أقول لرسول الله صلى الله عليه وسلم ، فقلت ، وأنا جارية حديثة السن لا

أقرأ من القرآن كثيراً : إني والله لقد علمت : لقد سمعتم هذا الحديث حتى استقر في أنفسكم وصدقتم به ، فلئن قلت لكم : إني بريئة ، لا تصدقوني ، ولئن اعترفت لكم بأمر ، والله يعلم أنني منه بريئة ، لتصدقني ، فوالله لا أجد لي ولكم مثلاً إلا أبا يوسف حين قال : " فصبر جميل والله المستعان على ما تصفون " . ثم تحولت واضطجعت على فراشي ، والله يعلم أنني حينئذ بريئة ، وأن الله مبرئي ببراءتي ، ولكن والله ما كنت أظن أن الله منزل في شأني وحيأ يتلى ، لشأني في نفسي كان أحقر من أن يتكلم الله في بأمر ، ولكنني كنت أرجو أن يرى رسول الله صلى الله عليه وسلم في النوم رؤيا يبرئني الله بها ، فوالله ما رام رسول الله صلى الله عليه وسلم مجلسه ، ولا خرج أحد من أهل البيت ، حتى أنزل عليه ، فأخذه ما كان يأخذه من البرحاء ، حتى إنه ليتحدر منه من العرق مثل الجمان ، وهو في يوم شات ، من ثقل القول الذي أنزل عليه ، قالت : فسري عن رسول الله صلى الله عليه وسلم وهو يضحك ، فكانت أول كلمة تكلم بها أن قال : (يا عائشة ، أما الله فقد برأك) . قالت : فقالت لي أُمي : قومي إليه ، فقلت : والله لا أقوم إليه ، فإني لا أحمد إلا الله عز وجل ، قالت : وأنزل الله تعالى : " إن الذين جاءوا بالإفك عصبة منكم " . العشر الآيات ، ثم أنزل الله هذا في براءتي ، قال أبو بكر الصديق ، وكان ينفق على مسطح بن أثاثة لقربائه منه وفقره : والله لا أنفق على مسطح شيئاً أبداً ، بعد الذي قال لعائشة ما قال ، فأنزل الله : " ولا يأتل أولو الفضل منكم - إلى قوله -

" غفور رحيم " . قال أبو بكر الصديق : بلى والله إنني لأحب أن يغفر الله لي ، فرجع إلى مسطح النفقة التي كان ينفق عليه ، وقال : والله لا أنزعها منه أبداً ، قالت عائشة : وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم سأل زينب بنت جحش عن أمري ، فقال لزينب : (ماذا علمت ، أو رأيت) . فقالت : يا رسول الله أحمي سمعي وبصري ، والله ما علمت إلا خيراً ، قالت : عائشة : وهي التي كانت تساميني من أزواج النبي صلى الله عليه وسلم فعصمها الله بالورع . قالت : وطفقت أختها حمنة تحارب لها ، فهلكت فيمن هلك . قال ابن شهاب : فهذا الذي بلغني من حديث هؤلاء الرهط . ثم قال عروة : قالت عائشة : والله إن الرجل الذي قيل له ما قيل ليقول : سبحان الله ، فوالذي نفسي بيده ما كشفت من كنف أنثى قط ، قالت : ثم قتل بعد ذلك في سبيل الله ¹ .

وكان الوحي الذي أنزل على رسول الله صلى الله عليه وسلم هي الآيات من الآية (11-20) من سورة النور ، وسنقف معها بعونه تعالى للتعرف على بعض دلالاتها :

¹ رواه البخاري في كتاب المغازي

الإعجاز القرآني في آيات شائعة الإفك :

الآية الأولى : "إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ(11)

أوجه الإعجاز المتعلق بتناول الشائعة في الآية :

(1) تحديد مصدر الشائعة ، وهو أهم عنصر في فهم أبعاد الشائعة ، ومن ثم التصدي لها والقضاء عليها ، وإذا عرف الناس أن المزوج الأول للشائعة شخص متهم في عقيدته وصدقته وسلوكه فهموا حقيقة الشائعة ووضعوها في السياق الصحيح لتتابع الأحداث ، وقد يكون الناس في حاجة لإعادة تذكيرهم بسلوك وصفات مختلق الشائعة ، وهو دور قادة الرأي والإعلام في كل مجتمع ، ولذلك دائما ما يتخفى مختلقو الشائعات ، ولا يحبون ذكر أسمائهم كسند للشائعة لأنهم غالبا متهمون في صدقهم ، وفي ثقة المجتمع بهم ، ونلاحظ أن الآية الكريمة حين تحدثت عن مصدر هذه الشائعة قسمتهم إلى قسمين :

* مختلق الشائعة وهو الذي تولى كبره وهو عبد الله بن أبي بن سلول وهو رأس النفاق في المدينة المنورة وله تاريخ أسود ومواقف شتى لا يستطيع أن يحبس فيها نفاقه ، من هذه المواقف موقفه في الغزوة التي اختلق فيها شائعته المعروفة بالإفك وهي غزوة بني المصطلق ، فقد

ورد رسول الله والمسلمون ماء ، ومع عمر بن الخطاب أجبر له من بني غفار ، يقال له: جهجاه بن مسعود يقود فرسه، فازدحم جهجاه وسان بن وبر الجهني، حليف بني عوف بن الخزرج على الماء، فاقتتلا، فصرخ الجهني: يا معشر الأنصار، وصرخ جهجاه: يا معشر المهاجرين، فغضب عبد الله بن أبي بن سلول، وعنده رهط من قومه فيهم: زيد بن أرقم، غلام حدث! فقال: أوقد فعلوها، قد نافرونا وكاثرونا في بلادنا، والله ما عدنا وجلابيب قريش إلا كما قال الأول: سمن كلبك يأكلك! أما والله لئن رجعنا إلى المدينة ليخرجن الأعز منها الأذل. ثم أقبل على من حضره من قومه، فقال لهم: هذا ما فعلتم بأنفسكم، أحللتموهم بلادكم، وقاسمتموهم أموالكم، أما والله لو أمسكتهم عنهم ما بأيديكم لتحولوا إلى غير داركم. فسمع ذلك زيد بن أرقم، فمشى به إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، وذلك عند فراغ رسول الله صلى الله عليه من عدوه، فأخبره الخبر، وعنده عمر بن الخطاب، فقال: مر به عباد بن بشر فليقتله، فقال له رسول الله صلى الله عليه وسلم، فكيف يا عمر إذا تحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه! لا ولكن أذن بالرحيل، وذلك في ساعة لم يكن رسول الله صلى الله عليه وسلم يرتحل فيها، فارتحل الناس.¹ ، وهذا الموقف يبين ما يكنه هذا المنافق من نفاق

¹ ابن هشام المعافري ، السيرة النبوية ، (القاهرة : دار التراث العربي ، تحقيق د.أحمد حجازي السقا ، ج 3) ص 214

وحسد وبغض للإسلام والمسلمين ، وقد أراد أن يوجه طعنته في شخص القائد صلى الله عليه وسلم ، باختلاق هذه الشائعة الحقيرة .

*بعض المؤمنين الذين لاكت ألسنته الشائعة وتناقلوها عن رأس الأفعى ، وهم عصابة كما ذكرت الآية ، والعصابة ثلاثة رجال ، قاله ابن عباس . وقيل من الثلاثة إلى العشرة ، وأصلها في اللغة وكلام العرب الجماعة الذين يتعصب بعضهم لبعض ، وهم حسان بن ثابت رضي الله عنه ، والسيدة حمزة أخت السيدة زينب بنت حش رضي الله عنهما ، ومسطح بن أثاثة ابن بنت خالة أبي بكر رضي الله عنه ، وهو مهاجر بدري مسكين كان يقسم له أبو بكر ما شاء الله من ماله ، وامتنع الأغلبية من المسلمين عن التعرض للسيدة عائشة وصفوان بن المعطل الذي قال عن نفسه : والله ما كشفت كنف أنثى قط ، يريد بزني . وقتل شهيداً رضي الله عنه في غزوة أرمينية سنة تسع عشرة في زمان عمر ، وقيل : ببلاد الروم سنة ثمان وخمسين في زمان معاوية ¹ .

(2) لفت نظر المؤمنين أنه بالرغم من شناعة هذه الشائعة إلا أنها لا ينبغي أن تكون سبباً في فقدان الثقة في رموز المجتمع ، ولا في المنظومة الأخلاقية التي ينادي بها الإسلام ، تدريب للمؤمنين على مواجهة المحن والخطوب ، وأن المحنة تعقبها المنحة ، وأنه لا يوجد أي شيء شراً بنسبة

¹ الإمام القرطبي ، الجامع لأحكام القرآن (القاهرة : المكتبة التوفيقية ، د. ، ج 12) ص 146

مائة بالمائة ، بل إن البلاء النازل في الدنيا ألمه قليل ، وخيره هو الثواب الكبير في الآخرة .

(3) تقبيح صورة الشائعات في عيون المجتمع ، وذلك من خلال تسميتها إفكا ، وهو أشد أنواع الكذب ، لأنه كذب في حق من يثق الجميع بعكس ما يروج عنها من شائعات ، ومن خلال الوعيد بمن يقود زمام الشائعة المؤتفكة بالعذاب العظيم في الآخرة ، كما لا تخلو الدنيا من عذاب ، وهو إقامة حد القذف كم ثبت أنه صلى الله عليه وسلم حد حسان وحننة ومسطح دون ابن أبي ، لأن الحد يطهر المؤمن ، ويكفر عنه الذنب ، بخلاف الكافر والمنافق أو أ ، النبي (صلى الله عليه وسلم) لم يحد ابن أبي تأليفا لقومه واحتراما لابنه الصحابي الجليل .

الآية الثانية : يقول تعالى : "لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ" (12) ، وفيها من أوجه الإعجاز ما يلي :

(1) وضع تصور فريد لتعامل المسلمين مع الشائعات إذا ظهرت في المجتمع ، وتغليب حسن الظن بالمسلمين ، وهو جزء من إستراتيجية شاملة لمواجهة الشائعات ، وسبحان من هذا كلامه ، والعمل على إشاعة روح الحب والثقة وحسن الظن بين المسلمين ، وأنه لا يؤمن أحدهم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه ، ونلاحظ قول الله تعالى (ظن

المؤمنون والمؤمنات بأنفسهم (قال القرطبي أي بإخوانهم ، و كأن إخوانهم هم أنفسهم ، وبذلك يتحقق النسيج الواحد للمجتمع الإسلامي الذي شبهه النبي (ص) في هذه الأجواء المفعمة بالحب والود والتراحم كمثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالحمى والسهر .

(2)العتاب الرقيق من الله تعالى للمؤمنين إذا أخطوا ، وتلك طبيعة الإنسان ، لا توجيه أفسى عبارات التعنيف واللوم ، فالعبرة التعليم والتشريع ، وليس اللوم والتثريب .

(3)حث المسلمين على إعمال القياس ، والتزود بحس نقدي عال في مواجهة الشائعات ، وأن يقيسوا الأمر على أنفسهم ، فإذا كان ذلك يبعد فيهم فهو أبعد في عائشة وصفوان ، وهو ما هدى الله إليه أبا أيوب الأنصاري وزوجته على ما سبق ذكره .

(4) عدم الكف عن تقبيح الشائعات ، وتكرار وصف هذه الشائعة بالإفك المبين ، حتى ترسم الصورة السلبية التي تتطوي عليها في أذهان المؤمنين .

الآية الثالثة : يقول تعالى : "لَوْلَا جَاءُوا عَلَيْهِ بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَإِذْ لَمْ يَأْتُوا بِالشُّهَدَاءِ فَأُولَئِكَ عِنْدَ اللَّهِ هُمُ الْكَاذِبُونَ (13)" وفي هذه الآية الكريمة من أوجه الإعجاز ما يلي :

(1) توجيه اللوم والتوبيخ إلى أهل الإفك الذين اختلقوا هذه الشائعة ، وبما أن موضوع الشائعة جنسي ويتعلق بالاتهام في العرض ففي الآية الكريمة إحالة إلى آية القذف التي سبقت هذه الآيات من سورة النور يقول تعالى : " وَالَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ ثُمَّ لَمْ يَأْتُوا بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَاجْلِدُوهُمْ ثَمَانِينَ جَلْدَةً وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ شَهَادَةً أَبَدًا وَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ (4) إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ وَأَصْلَحُوا فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ (5) " ¹ ، فهي تذكير للمؤمنين بحد القذف الذي إنما شرع لحماية أعراض الناس ، وحرمة حياتهم الشخصية ، وصيانة حقوقهم وخصوصياتهم ، وطهارة المجتمع ككل .

(2) الطعن في مصداقية الشائعة موضوع البحث ، إذ لو كان موضوع الشائعة صحيحا فما هي أدلة الإثبات ، وإذا انتفت الأدلة والشهود انتفت صحة الشائعة ، وهي من بديهيات الاستدلال ، بل على العكس فإن كل الأدلة والشواهد تبرئ ساحة عائشة وصفوان رضي الله عنهما ، من حيث كونها أم المؤمنين ، وكونها زوجة النبي الكريم صلى الله عليه وسلم ، وكونها ابنة الصديق ، وكون صفوان كما قال عن نفسه : والله ما كشفت كنف أنثى قط ، وقد رزقه الله حسن الخاتمة باستشهاده في سبيل الله في موقعة أرمينية في عهد عمر بن

أسورة النور ، الآية 4:5

الخطاب في 19هـ ، كما أن القرائن تؤكد كذب الشائعة فلو كان شيء بينهما لما عادت السيدة عائشة بحبة هذا الصحابي الجليل ، كما يطعن في مصداقية هذه الشائعة التاريخ السيئ لمن تولى كبر شائعة الإفك وحقه على الإسلام ورسوله .

(3) التأكيد على أن الشائعات التي تسري بلا دليل هي كذب وليس لها اسم آخر (وإذ نم يأتوا بالشهداء فأولئك عند الله هم الكاذبون)

الآية الرابعة : يقول تعالى : وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ (14) ، وفي هذه الآية الكريمة من أوجه الإعجاز القرآني فيما يتعلق بموضوع الشائعات ما يلي :

(1) التأكيد على بشاعة الشائعات عموما ، وتلك التي تتعلق بالعرض أو ما يمكن تسميته بالشائعات الجنسية خصوصا ، فما بالك بعرض رسول الله صلى الله عليه وسلم ، الذي أرسل ليتمم مكارم الأخلاق ، وأن العقاب العادل إزاء ذلك هو العذاب العظيم ، ولكن فضل الله ورحمته حالت دون وقوعه في الدنيا ، وهو خاص بمن تولى كبر هذه الشائعة ، إذ لم يقم النبي (ص) على

الأرجح الحد عليه ، لأن الحدود جوارير لأصحابها كفارة لما سبقها من ذنوب والنبي (ص) يقول (فمن أصاب من ذلك شيئاً فعوقب به في الدنيا فهو كفارة له ، ومن أصاب من ذلك شيئاً ثم ستره الله فأمره إلى الله إن شاء عذبه وإن شاء عفا عنه)¹ وحد النبي (ص) حسان وحمنة ومسطح على ما ذكره المفسرون وأصحاب السير .

(2) الترهيب من الإفاضة في الحديث فيما لا يفيد ، لأن من كثر كلامه كثر خطؤه ، وأن من ضمن ما بين لحييه (اللسان) ورجليه (الفرج) ضمن له الجنة ، وأنه ما يكب الناس يوم القيامة في النار على أسننتهم إلا حصائد أسننتهم ، وأن مفتاح النجاة أمسك عليك لسانك ، وليسعك بيتك ، وابك على خطيئتك .
الآية الخامسة : يقول تعالى : إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ (15) وفي هذه الآية من أوجه الإعجاز ما يلي :

(1) التحذير من أخطاء اللسان ، وخطورة الحديث عن جهل بالحقائق أو بغير علم فهي آفة عظيمة ، فهي توصل إلى النميمة والكذب والبهتان ، وكلها من الكبائر ، والذين يتحدثون بما ليس لهم به

¹رواه البخاري

علم يضللون الناس بافتراءاتهم ، ويضلون هم عن جادة الصواب

(2) تنبيه المسلمين على أن لا يستهينوا بأمر الشائعات ، وخاصة شائعة الإفك ، فهي وإن صغرت في نظر البعض إلا أنها أمر عظيم عند الله عز وجل ، وكل هذه التوجيهات هي استثمار إيجابي لشائعة الإفك من خلال توجيه المسلمين نحو الصواب ، وتنبيههم على الأخطاء التي وقع البعض فيها ، حتى لا تتكرر ، واستنباط الدروس والعظات من المحن والخطوب .

الآية السادسة والسابعة والثامنة : يقول تعالى : وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ (16) يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (17) وَيُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (18)، وفيها من مناحي الإعجاز ما يلي :

(1) في الآيات من الخطة القرآنية المحكمة لمحاصرة الشائعات وأدائها دعوة المسلمين أن لا يتكلموا بما يخالف المنطق والقياس ، ويتعارض مع كل المقدمات التي تجزم باستحالة تصديق الشائعة ، والاكتفاء بتسبيح الله تعالى عند سماع الأمور العجيبة التي لا يستسيغها العقل ، وكانت هذه عادة نبينا (ص) حينما يرى شيئا عظيما أو عجيبا ، مثل قوله حينما رأى مناما) سبحان الله ماذا أنزل الليلة من الفتن ، وماذا فتح من الخزائن (

¹ ، وفي نفس الوقت عتاب لمن لم يقل ذلك في مواجهة الشائعة

(2) أن المسلم لا ينبغي أن يتكلم بكل ما يسمع ، فليس كل ما يسمع يصدق ، وليس كل ما يسمع يقال ، يتضح ذلك من قوله (ولولا إذ سمعتموه قلتم ما يكون لنا أن نتكلم بهذا)

(3) ضرورة أن يقوم المسلمون ، وخاصة قادة الرأي بتوضيح خطورة الشائعات ، وتوضيح آثارها السلبية على من لاكت سيرتهم الألسنة ، وعلى المجتمع ككل ، وخاصة في أوقات الأزمات والحروب ، حتى لا تؤثر هذه الشائعات على معنويات الجماهير ، أو تنزل الهزيمة النفسية بهم ، ويوضحون للناس أن هذه الشائعات إنما هي بهتان وكذب .

(4) أن أقبح أنواع الشائعات هي تلك التي تتطوي على البهتان وهو أقبح من الكذب ، فالكاذب قد لا يعلم أصل ما يقول ، أما البهتان فهو الكذب المختلق المفترى الذي يعلم مختلقه أنه عكس الحقيقة ² ، وخاصة التي تطال رموز الدين والمجتمع .

(5) تركيز الآيات القرآنية على الدروس المستفادة من هذه الواقعة بأكثر من التركيز على سرد تفاصيل الأحداث ، ووعظ الله تعالى المؤمنين بأن لا يعودوا لمثله إن كانوا صادقين في إيمانهم ،

¹رواه البخاري

²من تفسير الشعراوي لهذه الآية من سورة النور ، تسجيلات صوتية

وإنما عرفت هذه التفاصيل من صحيح السنة النبوية الشريفة حتى يساق الأمر على عمومته فالعبرة بعموم اللفظ لا بخصوص السبب ، فجاءت هذه الآيات وكأنها تشريع للمؤمنين في كل زمان ومكان للقضاء على خطر الشائعات التي تفت في عضد الأمة الإسلامية .

الآية التاسعة والعاشرة : يقول تعالى : إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (19) وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ وَأَنَّ اللَّهَ رَعُوفٌ رَحِيمٌ (20) " وفيها من مناحي الإعجاز :

- (1) أن الله تعالى ذيل ذكر واقعة الإفك في كتابه الكريم بالتحذير الشديد من الشائعات الهدامة وخطرها على الفرد والمجتمع ، والوعيد الشديد لمن يقوم بذلك بالعذاب الأليم في الدنيا والآخرة .
- (2) أن نهى القرآن الكريم ليس عن إشاعة الفاحشة فحسب ، بل إن حب إشاعتها نفسه مذموم ، فالقرآن الكريم يخاطب خلجات النفس الإنسانية التي تحب التنفيس في الآخرين ، أو السرور عند سماع ما يسئ للغير ، ويزجرهم عن ذلك ، وسبحان من هذا كلامه .

- (3) أن الإسلام لا يرضى من أتباعه أن يتسموا بالسلبية في مواجهة الشائعات الكاذبة ، حتى لا يتطاير شررها ، بل يجب على

المسلم أن يبغض الشائعات الكاذبة ، بل ويعط ناكلها ومردديها
ويبين خطورة تداولها على الفرد ذاته من قدح في تدينه ،
وارتكاب للمعاصي والذنوب ، ومن ثم استحقاق العذاب الأليم في
الدنيا والآخرة ، روي من حديث أبي الدرداء أن رسول الله
صلى الله عليه وسلم قال: " أيما رجل شد عضد امرئ من
الناس في خصومة لا علم له بها فهو في سخط الله حتى ينزع
عنها. وأيما رجل قال بشفاعته دون حد من حدود الله أن يقام فقد
عاند الله حقاً وأقدم على سخطه وعليه لعنة الله تتابع إلى يوم
القيامة. وأيما رجل أشاع على رجل مسلم كلمة وهو منها بريء
يرى أن يشينه بها في الدنيا كان حقاً على الله تعالى أن يرميه
بها في النار - ثم تلا مصداقه من كتاب الله تعالى - : " إن
الذين يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا " الآية.

نموذج آخر للشائعات :

وفي الفترة من أغسطس - سبتمبر 2007م انتشرت شائعة مرض ووفاء
الرئيس مبارك في مصر ، وتعاملت وسائل الإعلام بشكل مختلف مع هذه
الشائعة ، فبينما جنحت بعض الصحف الخاصة إلى المبالغة في تغطية
الشائعة ، واستخدمت مصادر مجهلة - كما ذكر تقرير الممارسة المهنية
للمجلس الأعلى للصحافة ، وكما ذكر في تقرير المعالجة الصحفية لشائعة

مرض الرئيس الصادر عن المجلس أيضا - ، كما اعتمدت على تحريف بعض الأخبار وتلوينها .

أما الصحف الحزبية فقد تناول غالبيتها الشائعة بحرص شديد ، راعت من خلالها البعد عن أي معالجة تؤكد صدق الشائعة ، وقللت من أهميتها ، في حين رفض البعض الآخر الاعتراف بها أصلا .

وبالنسبة للصحف القومية فقد تجاهلت الشائعة في البداية ، ثم بعد ذلك قامت بنفيها من خلال تغطية أنشطة الرئيس ، كما قامت بنشر حوارات صحفية معه أثناء الأزمة .

وفيما يلي نماذج لما نشرته الصحف المصرية - على اختلاف انتماءاتها عن هذه الشائعة .

الرئيس مبارك مريض بقصور في الدورة الدموية مما يقلل من نسبة وصول الدم إلى أوعية المخ ويسبب إغماءات أحياناً

يستقبل مصر مخرجين بقرارات عاطفية يتخذها الرئيس في لحظة مرف

هل ارتدى جمال مبارك لأول مرة القميص الواقى للرصاص في لقائه بطلبة الجامعات في الإسكندرية؟



زيارة مبارك إلى برج العرب فشلت في القضاء على شائعة مرضه

مع تعليقات النقيب لم نعد من حجم الشائعات المزيفة عن تدهور صحة الرئيس.. في الوقت الذي نصح فيه الدولة على عدم إصدار بيان رسمي واضح عن صحة الرئيس يكشف عن الحالة الصحية للرئيس مبارك الذي قال العام الماضي شال الدول العظمى التي لا تملك من الحقائق الصحية لرئيسها سراً حرياً يستند القائلين والتفاهات الجدير بالذكر أن هذه الزيارة الشقية خلال أيام التي يقوم بها الرئيس لتشي شائعة المرض ورغم ذلك الشائعة تنطلق مع المرض والشيخاء متابعين متعاقبين في سائر كبرى على طول وعرض البلاد

نيسى حريدى يكتب: المواطن المصري بلا ضمير 16

إلى العدد 100 - يوم الاثنين 10-11-2005 - 16-11-2005 - 16-11-2005 - 16-11-2005

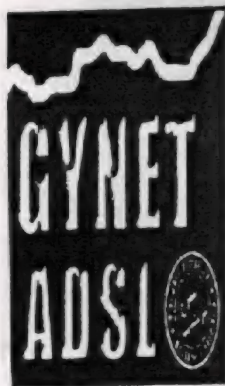
الاحتور

الأمة مصدر السلطات

رئيس التحرير
إبراهيم عيسى

رئيس مجلس الإدارة
عصام إسماعيل شهري

لهذه الأسباب ابتعدنا عن قضية شائعات صحة الرئيس



تتلقى جمعية وائل بشكل منتظم وبجيش - أزمة صحة الرئيس كفت ما كفته من أجل أن النظام يمرض مريضاً مستعصياً ولا أمل في شفاؤه ولا حل إلا بتغييره وإقامة دولة المؤسسات استسقا إلى التغيير وإقامة الديمقراطية التي تتوهم على مبدأ تداول السلطة... في دولة المؤسسات لا توجد شائعات... توجد معلومات... في دولة المؤسسات لا يمكن أن تتعاظم شائعات عن صحة الرئيس... في دولة المؤسسات لا يخشى الناس المرض تقاضيه، كترابيس لأن الرئيس القادم سيحل محله البيا يستقروا... هذا هو الحال الوحيد ليسهروا الشعب بحكاية وشعري مصر من مرضها

الرئيس لم تظهر صحته... لا توجد دولة مؤسسات تتعامل مع هذه الأمور... نحن أمام نظام يمرض مريضاً مستعصياً ولا أمل في شفاؤه ولا حل إلا بتغييره وإقامة دولة المؤسسات استسقا إلى التغيير وإقامة الديمقراطية التي تتوهم على مبدأ تداول السلطة... في دولة المؤسسات لا توجد شائعات... توجد معلومات... في دولة المؤسسات لا يمكن أن تتعاظم شائعات عن صحة الرئيس... في دولة المؤسسات لا يخشى الناس المرض تقاضيه، كترابيس لأن الرئيس القادم سيحل محله البيا يستقروا... هذا هو الحال الوحيد ليسهروا الشعب بحكاية وشعري مصر من مرضها



وائل الإبراشي يكتب:

معلومات مؤكدة عن صحة الرئيس أن الأمر هنا يتعلق بصعور اليك وكل يوم العالم تتلقى صحبة رئيسها شريطة أن تتلقى التلقا من طرفه المعلومات وليس بالضرورة المعلومات... وهذا الرئيس أقسى أزيد على موقفه ومغاليته الذين فهموا أهمية الشائعات المتعلقة بصحة الرئيس فقد تمكن لديهم معلومات مختلفة عن المعلومات التي تحدثت إعلاماً منها الآن... فضلاً عن أن الشائعات كفت في التستر في كل أرجاء مصر لدرجة أنني لا أظن أحداً؟ ومما أثارني كالي الرئيس مريض وفي حالة خطيرة لا تولى وفيه بعدد النظام إلا إخماداً لتريب الامور! وكنت

مأثري القويون... لذا لم نهدنا خلعاً دولة الرئيس لم الشائعات التي كنا في صحبة تتصور وفاء في حالة نظروا وكلفت إيجليتي... أنه كانت سبباً معلومات مؤكدة أنها مبررة شاكات إلى صحة الرئيس لم يطرأ عليها أي تشكيك... والأمر شاك في وقتنا رفض (نحن الذين نعارض النظام خطاباً برحمة) أن تتحول صحة الرئيس في شكايات وفاء إلى بولفة جبهة لشهري في وجه النظام لأنها إذا يمكن أن نحول مصالح الوطن تشر فضلاً عن أنها تجعل معاني نساء... هذه الحالة صالحة استخدام قطع جديد يكون لديها

شائعة ضعيفة ودولة أضعف

بقلم:

أنور الهواري

● امر مؤسف جداً، نهاية «حزينة» جداً، دراما سياسية وتاريخية مليئة بكل عناصر التشويق والغموض والإثارة، شائعة واحدة، لعبت - لهماً وليلالي متواصلة - بدولة كاملة بكل أجهزتها وتشكيلاتها الظاهرة والخفية. شائعة، وحيدة، صغيرة، هزيلة، ليس لها عنوان، ليس لها مقر إقامة، لا يلمسها أحد، لا يراها أحد، لا يقدر عليها أحد، لا يسدها أحد، لا يلف في طريقها أحد.

هذه هي نهاية للشهد السيلسي، شائعة ضعيفة ودولة أضعف، الشائعة تجري في الشوارع والدولة تجري خلفها، تلهت وراحتها، تحاول اللحاق بها، الشائعة تنتقل من مدينة إلى مدينة، وتطير من بيت إلى بيت، وتخرج من فم إلى فم، وتجري من لسان إلى لسان، وترن من موبيل إلى موبيل، وتنتشر من إيميل إلى إيميل... كل ذلك، والدولة - بجلال قدرها - تجري خلفها، والطفل البلد وسابقتها يتراجعون على سباق الدولة والشائعة، بصورة فقدت الدولة هيبتها وقارها، وبصورة أضحت منها القريب وأضحت فيها البعيد، وأوجعت قلوب من يخافون على هذا الوطن.

● الأمر يتجاوز الشائعة ومن تورط فيها من بعض أركان الدولة، كما تتجاوز من تورط فيها من بعض الصحف، مثلما تتجاوز أيضاً ذلك الصبغ المكدر عن ضعف الاعلام القومي عن مكافحة مثل هذه الشائعات.

إن حديث «الدولة والشائعة» ليس إلا واحداً من علامات الساعة، ومؤشرات النهاية، ونحن لسنا في ذلك استثناء من التاريخ، فكل النظام السياسي تقول إلى نهاية محتومة، خاصة تلك الأنظمة التي تقوم على اقتراف أكثر مما تقوم على مؤسسات، وتقوم على توجيهات أكثر مما تقوم على القوانين، وتقوم على إرادة الأقلية ومصالحها الذاتية وليس على إرادة الأغلبية ومصالحها المشروعة.

● نحن أمام نظام حكم يرفض الحقائق فلحاطت به الشائعات، نظام حكم يكره الحقيقة فحكم عليه التاريخ أن يجري خلف شائعة، نظام حكم أمام الحقيقة فأنلته شائعة، نظام حكم ليس الحقائق تحت قدميه فوضعت الشائعات تحت اقدامها وجعلت منه كرة تقذفها وتلهو بها في الشوارع والحواري.

نحن أمام نظام حكم لم يسمع للشعب، وغيب الشعب، فلنفرد به من لا يرحمونه من غلمان السياسة وهواتها، وأصحاب المصالح والأهواء.

● تعالوا نتفق على كلمة سواء، تعالوا ننطلق من الحقائق بدلاً من الجري وراء الشائعات، لا يختلف اثنان على أن صحة الوطن في خطر: - مؤسساتنا السياسية: تكلها فيروسيات الصراخ السيلسي والمصالح الشخصية.

- مراقبتنا القومية: فقدت كل بقايا للناعة أمام الفساد الذي يستشري فيها، والتفافم والاهمال وعدم الصيانة وإهمال التجديد.

- تملكنا الاجتماعي: يتهدد خطر الانقسام، ويختر فيه سوس الفوضي، ويغزو ميكروب التفتت الذي ينال من ثوابت وحدتنا الوطنية وهويتنا القومية.

- ثقافتنا القومية: أصابها فقر الدم فهي شاحبة سقيمة، تتغذى على فضلات الفكر، ولا تقوي على هضم واستيعاب ما يموج به العالم من فكر حديث، ولا هي قادرة على تمثل ما في تراثنا من إبداع.

- الروح العامة: تقتند إلى الهمة، ويحصف بها الإحباط، وتلتف حولها حباتل التشاؤم، لتبقى أسيرة العجز اليأس أو السخط اليأس.

● صحة الوطن في خطر، هذه هي أم الحقائق، فلماذا نتعلمي عنها، ونجري وراء لم الشائعات!

١٩٦

بين فشل الإعلام.. وغفلة القانون



2 من مجلس: هذا هو
قلم كويتي في بغداد:
ثمن القتل المصري في حادث ٧
يساوي حصة خسارة كويتي

كاتب كويتي رده بكل الفحش...
 حذره، وسبهمه وذهاب التشنج الخامسة في مجرور
 على أهل مصر سنة رواج زعمي يواسي أهله
 وسجود الرثاء... وكشف عن رأيي وأهله
 القليلة اسماء هزلة الهامش يروي حبيب الناصر
 المصري في الكويت بان الوطن في مصر قلبي
 القليلة والتشديد من سورة العلق... رضى

[illegible][illegible]

الفصل الرابع

وسائل الإقناع

الإقناع هو تأثير سليم ومقبول على القناعات لتغييرها كلياً أو جزئياً من خلال عرض الحقائق بأدلة مقبولة وواضحة.

وهو عملية تحويل أو تطويع آراء الآخرين نحو رأي مستهدف . يقوم المرسل أو المتحدث بمهمة الإقناع أما المستهدف أو المستقبل فهو القائم بعملية الاقتناع .

و تحتاج عملية الاقتناع ليس إلى مهارة القائم بالحديث و المسؤول عن الإقناع فقط و لكن أيضا إلى وجود بعض الاستعداد لدى المستهدف، أو مساعدته على خلق هذا الاستعداد لديه

ثانيا: العوامل المؤثرة علي عملية الاقتناع :

التعرض الاختياري للإقناع .

تأثير الجماعة التي ينتمي إليها الفرد .

تأثير قيادات الرأي .

1-التعرض الاختياري للإقناع.

تتطلب عملية الإقناع أن يكون تعرض الفرد للرسالة اختياريا دون ممارسة ضغوط عليه.

إن ممارسة الضغوط بهدف الإقناع تؤدي إلى استثارة عوامل الرفض الداخلي لمضمون الرسالة، مما يصعب مهمة القائم بالإقناع .

ولهذا يجب علي للقائم بالإقناع أن يركز علي مساعدته علي التهيئة الذاتية للإقناع.

2- تأثير الجماعة التي ينتمي إليها الفرد

تقوم الجماعة الأساسية التي ينتمي إليها المستهدفون أو حتى التي أو يرغبون في الانضمام إليها بدور قوى في التأثير على عملية الإقناع لديهم . يمكن للقائم بالإقناع استخدام هذا الدور في التأثير علي المتلقي عن طريق ضرب الأمثلة الملائمة، واستغلال اقتناع أحد أفراد الجماعة في توجيه رأي الفئة المستهدفة بالرسالة .

3- تأثير قيادات الرأي

قيادات الرأي هم الأفراد ذوو التأثير الذين يساعدون الآخرين ويقدمون لهم النصيحة. و يتأثر بهم الأفراد أحيانا أكثر من تأثرهم بوسائل الاتصال أو الإعلام .

يعمل قادة الرأي دورا هاما في تغيير اتجاهات الأفراد، ويمكن للقائم بالإقناع أيضا استخدام هذا الدور في التأثير علي المتلقي .

ثالثا : الاستراتيجيات المختلفة للإقناع

الاعتماد على العاطفة أو المنطق في الاستمالة

- . الاعتماد على درجة من التخويف لتحقيق الاستمالة .
- البدء بالاحتياجات و الاتجاهات الموجودة لدى المتلقي .
- عرض وتحليل الآراء المتباينة للموضوع
- ربط المضمون بالمصدر أو المرجع
- .درجة الوضوح و الغموض فى الرسالة .
- الترتيب المنطقي لأفكار الرسالة .
- .التأثير المتراكم و التكرار .

-11الاعتماد على العاطفة أو المنطق فى الاستمالة

واقع الأمر يظهر أنه ليس هناك قاعدة ثابتة نستطيع أن نؤكد أنه يمكن الاعتماد عليها فى هذا المجال .

إلا أن درجة تأثير الاستمالة العاطفية تزيد عند إقناع المستهدفين بالرسالة منطقياً حيث تعتمد فى هذه الحالة على استمالة دوافع الفرد إلى حد ما .

و ليس أمامنا من الطريق لتحديد مدى استخدام الاستمالات العاطفية أو المنطقية إلا بدراسة الاختلافات الفردية للمستهدفين و عندما تكون هناك خبرة سابقة بين المرسل و المستهدفين فان ذلك سوف يساعد على إمكانية التعرف على كل فرد على حدة أو كل مجموعة صغيرة و الأسلوب المناسب للاستخدام معها .

2-الاعتماد على درجة من التخويف لتحقيق الاستمالة

تؤكد التجارب أن نسبة كبيرة من المجموعات التي تتعرض لدرجة معتدلة من التخويف تتأثر بالنصائح التي تستمع إليها و تقل هذه النسبة كلما زادت درجة التخويف

فالرسالة التي تعمل على إثارة الخوف يقل تأثيرها كلما زادت درجة أو قدر التخوف فيها . و يرجع السبب في ذلك إلى أن المستهدفين بالرسالة ترتفع درجة توترهم نتيجة للتخويف الشديد و يؤدي ذلك إلى التقليل من شأن التهديد أو أهميته أو قد يؤدي إلى الابتعاد عن الرسالة بدلا من التعلم منها أو التفكير في مضمونها

3-البدء بالاحتياجات و الاتجاهات الموجودة لدى المتلقي

المتحدث الذي يخاطب المستهدفين باحتياجاتهم و يساعدهم في تحديد الأساليب التي تحققها تكون لديه فرصة اكبر في إقناعهم بدلا من ان يعمل على خلق احتياجات جديدة لهم . ويكون الحديث أو الرسالة اكثر فاعلية في إقناع المستهدفين عندما يبدو لهم أنه وسيلة لتحقيق هدف كان لديه بالفعل . فاقناع أي فرد للقيام بعمل معين يجب ان ينطلق من إحساس الفرد بان هذا العمل وسيلة لتحقيق هدف كان لديه من قبل أو بدا التفكير فيه من قبل على الأقل .

4-عرض وتحليل الآراء المتباينة للموضوع

يؤدي عرض الجانب و المؤيد لرأى المستهدفين إلى تدعيم رأيهم و التفاعل مع المتحدث العادي. لأن الرسالة التى تعرض جانباً واحداً من الموضوع تكون قادرة على إقناع الأفراد و دفعهم إلى تبني وجهة النظر المعروضة عندما تم التأكيد عليها من جانب المستهدفين .

وقد أثبتت التجارب بشكل عام فاعلية تقديم الرأى المؤيد و المعارض معا بالنسبة للفرد الخبير . فعندما يقوم المتحدث بعرض وجهتي النظر بحياد يمكن ان يكون التأثير و الإقناع أقوى و يصبح لدى المستقبل لوجهة النظر درجة أعلى من المناعة من وجهات النظر المضادة بعد ذلك .

5- ربط المضمون بالمصدر أو المرجع

يقوم المرسل أو المتحدث فى بعض الأحيان بنسب المعلومات أو الآراء التى يقولها لمصادر معينة أو مراجع .

و يلاحظ ان المستهدفين بعد فترة من الزمن سوف يتذكرون المضمون دون ان يتذكروا المصدر و ذلك باستثناء المصادر الدينية المختلفة مثل الكتب السماوية أو الأحاديث الدينية .

و المصادر التى يعتبرها المستهدفون ثابتة و صادقة تسهل من عملية الإقناع فى حين ان المصادر الأخرى سوف تؤدي إلى نظرة سلبية قد تشكل مانعاً أمامهم للإقناع .

6-درجة الوضوح و الغموض فى الرسالة

تمثل درجة الوضوح فى الرسالة أهمية كبيرة فى إقناع المستهدفين فكلمما كانت الرسالة واضحة و لا تحتاج لجهد فى تفسيرها و استخلاص النتائج أصبحت أكثر إقناعا
إلا أن الوضوح فى الهدف من الرسالة المعروضة قد يعطى الفرصة لاتجاهات المستقبلين ان تنشط فى مقاومة تلك الرسالة، فى حين ان الهدف الضمني يترك للمستهدف الفرصة لكي يعمل ذهنه و يستنتج الهدف بغير أن يشعر بالتوجيه نحو الهدف .

7-الترتيب المنطقي لأفكار الرسالة

إذا قدم المتحدث فى رسالته حججا متناقضة فالحجج القوية أكثر تأثير على المستمعين ولذلك يفضل البدء بالحجج القوية ثم المساعدة ثم الأقل تأثير .
وإثارة الاحتياجات أولا ثم تقديم الرسالة التى تشبع تلك الاحتياجات تكون أكثر تأثيرا من تقديم المحتوى المقنع أولا، و على المتحدث بعد ذلك ان يقدم الحجج المؤيدة أولا حيث ان ذلك سيقوى موقفه و يستعد لرفض الحجج المعارضة التى سوف تاتى بعد الإقناع بالحجج المؤيدة

8-التأثير المتراكم و التكرار

التكرار من العوامل التى تساعد على الإقناع و يمكن ان يؤدي تكرار الرأى أو الرسالة إلى تعديل الاتجاهات العامة نحو أي قضية أو موضوع .

إلا ان التكرار فى بعض الأحيان قد يسبب الضيق و الملل و يتطلب ذلك ان يكون التكرار مع التنويع
وقد اتضح ان الأفراد المستهدفين الذين عرض عليهم أكثر من سبب أو مبرر واحد أكثر استعداد للإقناع من الذين عرض عليهم مبرر واحد أو سبب واحد

كذلك فان الإقناع الناتج من التعرض المتراكم للرأي أو الموضوع اكبر من التعرض مرة واحدة .

كي توصل فكرتك بنقاش مثمر بناء

ابدأ حديثك بالثناء علي الطرف الآخر وإظهار ثقّتك في قدراته
. ابدأ بنقاط الاتفاق وابتعد عن نطاق الخلاف
. قدر أفكار محدثك , وأظهر احتراماً لها, ولا تقل له أنه مخطئ .
لا تجادل .
إذا أخطأت فسلم بخطئك .
لا تغضب وكن لبناً في حديثك.
دع الطرف الآخر يتولي دفة الحديث
دع الطرف الآخر يحس أن الفكرة فكرته
. حبيب العمل الذي تقترحه إلي صاحبك

. لا تصدر أوامر بل قدم اقتراحات مهيبة
امتدح أقل الإجابة والفت الانتباه إلى الأخطاء من طرف خفي .
لا تكثر النقاش حتى لا يمل صاحبك
أحذر آفات اللسان
خاطب الناس على قدر عقولهم
استعن بإخوانك الأكثر خبرة عند الحاجة .

وسائل الإقناع والتأثير في الدعوة الإسلامية

تختلف وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني للمسلمين بمقدار إيمانهم والتزامهم بدينهم، فما يؤثر في المسلم الطائع لربه قد لا يؤثر في المسلم العاصي، لأنهما ليسا متقاربين في مقدار الإيمان، مع ملاحظة أن القسمين يشتركان في الكثير من الوسائل التي تؤثر فيهما، وأن ما يحتاجونه - غالباً - هي الوسائل المؤثرة دون المقنعة، لأن مصدر التلقي لا شبهة فيه عندهما وهو القرآن والسنة، وإنما الإشكال في توافق العمل مع الإيمان، مع مراعاة أن بعض المسلمين قد تبدو له شبهات في جزئيات من الشريعة فيحتاج حينئذ إلى من يجلو عنها الغبار ببعض وسائل الإقناع.

الوسيلة الأولى: الدعوة بالقُدوة:

المقصود من الدعوة بالقُدوة أولاً: التزام الداعية بما يدعو إليه.

ثانياً: أخلاق الداعية التي يتحلى بها في حياته مع نفسه وأهله وأرحامه وجيرانه وسائر المسلمين.

وهذه الوسيلة هي أهم وسائل الإقناع والتأثير في المدعوين من المسلمين الطائعين والعاصين، لأن التزام الداعية بدعوته وتمسكه بأخلاقه أبلغ من بيانه وأسنان أقلامه، فيه القدوة للطائعين، فيزدادون بالترامه تقريباً إلى الله تعالى، وبأخلاقه يبرأ العليل من المعاصي والآثام¹

ومن أخطر نتائج مخالفة أفعال وأخلاق الداعية لما يدعو له أن المدعوين عادة ما يحملون هذه المخالفات للدعوة التي يحملها، وقد جاء عن زِيَادِ بْنِ حُذَيْرٍ قَالَ: قَالَ لِي عُمَرُ: هَلْ تَعْرِفُ مَا يَهْدِمُ الْإِسْلَامَ؟ قَالَ قُلْتُ: لَا. قَالَ يَهْدِمُهُ زَلَّةُ الْعَالِمِ وَجِدَالُ الْمُنَافِقِ بِالْكِتَابِ وَحُكْمُ الْأَثَمَةِ الْمُضِلِّينَ. (وقد قال سبحانه منكرًا على هذا الصنف من الناس «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ» سورة

الصف:2-3

الوسيلة الثانية: الدعوة بالقول:

¹ د. عدنان محمود الكحلوت ، وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني في القرآن الكريم والسنة النبوية .

وهي أصل الدعوة إلى الله تعالى وتشمل هذه الوسيلة: الخطب والدروس والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والحوار والإذاعة والتلفزيون والشريط المسجل. ونحن لن نستطيع أن نتحدث في هذا البحث عن كل هذه الوسائل.. بل سنكتفي بشرح بعضها، مع ذكر أهم الضوابط العامة للدعوة القولية التي تحكمها جميعاً:

1. أن يكون القول واضحاً بيناً لا غموض فيه ولا إيهام لأن الغرض منه إيصال المعاني المطلوبة للسامع.
2. أن يحرص الداعية على انتقاء ألفاظه التي يفهم منها حق وباطل مثل خطاب الله للمؤمنين ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا﴾ سورة البقرة: 104.
3. أن يتأنى الداعي في الكلام فلا يسرع بل يتمهل ليفهم السامع.
4. أن يبتعد الداعي عن التفاضل والتعظيم والتكلف في حديثه، بل عليه أن يتلطف بالقول لهم لينزع من قلوب المدعويين الشر ويأخذ بأيديهم إلى الخير والحق ويهديهم إلى الرشاد والهداية. مع ضرورة الإشارة أن تلطف الداعية لا يعني النفاق أو المداينة في الحق.
5. أن يكون الداعي متواضعاً شقيقاً فلا يستعلي على المدعويين أو يحتقرهم أو يتحداهم بإظهار فضله عليهم.

6. أن يستثير الداعي في نفوس المدعويين الهمم وينمي فيهم الخصال النبيلة التي فيهم كالشرف مثلاً والنخوة والحلم والأناة وطيب الأعراق، وحسن الجوار...الخ.

الوسيلة الثالثة: الدعوة بالكتابة:

وتشمل هذه الوسيلة كافة وسائل الكتابة من الكتاب والمجلة والمقال والبحث والنشرة المطوية وشبكة المعلومات "الانترنت" وقد دعا النبي صلى الله عليه وسلم بواسطة الرسائل الملوك والأمراء وغيرهم.

النوع الثاني: الخطاب الديني لغير المسلمين

يتوجه الإسلام بخطابه الديني إلى جميع الناس سواء كانوا أهل كتاب أو مشركين أو منكرين وغيرهم، هادفاً للآتي:

1. دعوة الناس إلى عبادة الله وتوحيده وتنزيهه عن الشركاء والأنداد مثاله قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ* الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ سورة البقرة 21-22

2. تحذير الناس من البغي والشرك بالله مثاله قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّمَا بَغْيُكُمْ عَلَى أَنْفُسِكُمْ مَتَاعَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ثُمَّ إِلَيْنَا مَرْجِعُكُمْ فَأُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾ سورة يونس: 23

3. دعوة الناس إلى تقوى الله وتخويفهم من أهوال يوم القيامة قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ إِنَّ زَلْزَلَةَ السَّاعَةِ شَيْءٌ عَظِيمٌ﴾ سورة الحج: 1

4. البرهنة للناس أن البعث آت لا ريب فيه ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِن كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِّنَ الْبَعْثِ فَإِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِّن تَرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُّطْفَةٍ ثُمَّ مِنْ عَلَقَةٍ ثُمَّ مِنْ مُّضْغَةٍ مُّخَلَّقَةٍ وَغَيْرِ مُخَلَّقَةٍ لِّنُبَيِّنَ لَكُمْ وَنُقِرُّ فِي الْأَرْحَامِ مَا نَشَاءُ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى ثُمَّ نُخْرِجُكُمْ طِفْلًا ثُمَّ لِتَبْلُغُوا أَشُدَّكُمْ وَمِنْكُمْ مَّن يُتَوَفَّىٰ وَمِنْكُمْ مَّن يُرَدُّ إِلَىٰ أَرْذَلِ الْعُمُرِ لِكَيْلَا يَعْلَمَ مِن بَعْدِ عِلْمٍ شَيْئًا وَتَرَى الْأَرْضَ هَامِدَةً فَإِذَا أَنزَلْنَا عَلَيْهَا الْمَاءَ اهْتَزَّتْ وَرَبَّتْ وَأَنْبَتَتْ مِن كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ﴾ الحج: 5

وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني لغير المسلمين

الإسلام دين عالمي أنزله الله تعالى للناس كافة، لهذا أمر المسلمون أن يبلغوا به كل من استطاعوا أن يبلغوه بكافة الوسائل المشروعة عبر الحوار والمجادلة أو الكتاب والمجلة والمقالة أو وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفزيون وصحافة وشبكة معلومات "انترنت" وهاتف وشريط تسجيل أو فيديو...الخ وسواء كانوا أهل الكتاب أو مشركين أو ملحدين. فقال تعالى

أمرأ نبيه عليه الصلاة والسلام: ﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ﴾ المائدة: 67، وأمر عباده المؤمنين فقال: ﴿وَإِنْ أَحَدٌ مِنَ الْمُشْرِكِينَ اسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّى يَسْمَعَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْمَنَهُ﴾ التوبة: 6. كما ذكر سبحانه صفات المجتمع المسلم فقال: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾ آل عمران: 110. ومن أهم وسائل الإقناع والتأثير في خطاب غير المسلمين:

الوسيلة الأولى: الدعوة بالخلق الحسن:

أكثر الشعوب التي فتح بلادها المسلمون تحولت إلى الإسلام طواعية، دون تسجيل حالة إكراه واحدة على الدخول فيه، بل إن هذه الأمم التي دخلت هذا الدين رأيناها تسابق أهله الذين حملوه إليهم في ميادين العلم والفضل، إذ تركوا لغاتهم التي كانوا عليها وتعلموا اللغة العربية - لغة القرآن - ثم تعلموا العلوم وعلموها الناس فكان منهم اللغوي والمحدث والفقيه والمفسر والطبيب .. فكانوا في الخير والعلم قادة. وما كان ذلك كله إلا بفضل أخلاق هؤلاء الفاتحين الجدد وما تحلوا به من صفات العدل والفضيلة والأمانة والوفاء والصدق والعفاف والاجتهاد.... الخ. وهم في ذلك متأسون برسول الله صلى الله عليه وسلم ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ الأحزاب: 21. وهو صاحب الخلق القويم؛ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ سَلَامٍ قَالَ: "لَمَّا قَدِمَ رَسُولُ

اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ أَنْجَلَ النَّاسُ إِلَيْهِ ... فَجَنَّتْ فِي النَّاسِ
لِلنَّظَرِ إِلَيْهِ فَلَمَّا اسْتَنْبَتُ وَجْهَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَرَفَتْ أَنَّ
وَجْهَهُ لَيْسَ بِوَجْهِ كَذَّابٍ" (وقد أسر المسلمون عدواً لدوداً، له معهم ثارات
وبغض شديد كان زعيماً لبني حنيفة يُقال له: ثُمَامَةُ بْنُ أَثَالٍ فَرَبَطُوهُ بِسَارِيَةٍ
مِنْ سَوَارِي الْمَسْجِدِ يَوْمَينِ أَوْ ثَلَاثَةٍ وَإِذَا بِصَاحِبِ الْأَخْلَاقِ الْعَظِيمَةِ يَقُولُ:
"أَطْلُقُوا ثُمَامَةَ" وفي رواية: قال له: "قد عفوت عنك يا ثُمَامَةُ وأعتقتك"
فَانْطَلَقَ ثُمَامَةُ إِلَى نَجْلِ قَرِيبٍ مِنَ الْمَسْجِدِ فَاغْتَسَلَ ثُمَّ دَخَلَ الْمَسْجِدَ فَقَالَ
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، يَا مُحَمَّدُ: وَاللَّهِ مَا كَانَ
عَلَى الْأَرْضِ وَجْهٌ أَبْغَضَ إِلَيَّ مِنْ وَجْهِكَ، فَقَدْ أَصْبَحَ وَجْهَكَ أَحَبَّ الْوُجُوهِ
إِلَيَّ. وَاللَّهِ مَا كَانَ مِنْ دِينٍ أَبْغَضَ إِلَيَّ مِنْ دِينِكَ، فَأَصْبَحَ دِينُكَ أَحَبَّ الدِّينِ
إِلَيَّ. وَاللَّهِ مَا كَانَ مِنْ بَلَدٍ أَبْغَضَ إِلَيَّ مِنْ بَلَدِكَ، فَأَصْبَحَ بَلَدُكَ أَحَبَّ الْبِلَادِ
إِلَيَّ" قال ابن حجر: "في قصة ثُمَامَةَ من الفوائد: أن الإحسان يزيل البغض
ويثبت الحب

وقد أمر الله سبحانه الأنبياء بدعوة الناس إلى دينه بالكلمة الطيبة
والخلق القويم مع الصبر عليهم قال سبحانه أمراً موسى وأخيه عليهما
السلام: ﴿اذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى * فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ
يَخْشَى﴾ سورة طه: 43-44.

وتشتمل هذه الوسيلة على الحوار والجدل والمناظرة، والإذاعة والتلفزيون:

الحوار والجدل: يطلق لفظ الحوار غالباً على الجدل الذي يكون بين أهل الدين الواحد، الذين يختلفون في بعض المسائل الدينية أو بسبب بعض الشبهات، أو فيما يخص قضايا الأمة بشكل خاص والعالم من حولهم بشكل عام، فيتجاوزون للوصول إلى ما يرونه صواباً.

أما الجدل فغالباً ما يطلق على ما يكون من الصراع الفكري والعقائدي بين أصحاب الأديان المختلفة، الذين يتناظرون بينهم في العقيدة، أو في النبوة، أو في صحة هذا الدين أو ذلك؟ أين نقاط الالتقاء والاختلاف بين هذين الدينين - هذا إن كانوا أهل كتاب - أما إن كانوا مشركين أو منكرين فالغالب أن يكون الجدل حول أصل الدين، وعقيدة البعث والجزاء وأركان الإيمان... الخ.

والقرآن الكريم والسنة النبوية فيهما الحوار الإسلامي الداخلي، وفيهما كذلك مساحة كبيرة لمناقشة أهل الكتاب أو المشركين والمنكرين فيما يعتقدون أو يدعون في مجالي العقيدة والشريعة، والهدف واضح - قد ذكرناه في أهداف الخطاب القرآني لغير المسلمين. بمعنى آخر: الجدل في الإسلام هو طريقة ووسيلة للتأثير على غير المسلمين وإقناعهم بأن هذا

الدين هو خاتمة الرسالات السماوية أنزله الله تعالى على خاتم الأنبياء والمرسلين وأن البعث حق، وأن الجنة والنار حق، وأن الله تعالى هو الحق وأنه صاحب الأمر والنهي والحكم في عباده في ملكوته ويوم يقوم الأشهاد، لا معبود سواه.

- فالجدال تعبير عن الصراع الفكري بين العقائد المختلفة، كل منها يبحث عما يؤيد صدق ما يعتقد، وزيف ما عند الآخرين. والأصل في الجدال أن يكون بهدف الوصول إلى الحق والصواب، لا أن "يتحول إلى صناعة قد يقصدها الكثيرون لذاتها، من أجل التدريب على الأخذ والرد، والهجوم والدفاع في مجالات الصراع الفكري... ليعطل قوة خصمه، لا ليوصله إلى الحقيقة، أو ليصل معه إلى قناة

وإشارة إلى هذا الأمر وجهنا الإسلام إلى الجدال الذي له ثمرة مرجوة، ونهانا في ذات الوقت عن الجدال العقيم كما في قوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ النحل: 125 والمقصود مجادلة أهل الكتاب كما في قوله تعالى: ﴿وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ﴾ العنكبوت: 46.. ومن السنة المشرفة نقرأ في ثنايا الحديث عن أبي أمامة قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "أَنَا زَعِيمٌ بِبَيْتٍ فِي رَيْضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِقًّا" فالمرء هو الجدال العقيم الذي لا ينتفع به.

ولذلك فإنّ الداعية المسلم قبل أن يشرع في مجادلة أهل الكتاب أو غيرهم عليه أن يحدد الهدف الذي على أساسه يقوم الحوار، حتى يتحقق الغاية المثمرة منه باقتناع المدعو بما ندعوه إليه أو التأثير عليه فكرياً..

ماذا يريد الداعية من الحوار؛ وما هدفه؟ وما النقطة التي سينطلق منها في الحوار، وإلى أي نقطة يريد الوصول إليها؟

الشخصية أو المجموعة التي تريد مناظرتها: هل هم جادون فعلاً للوصول إلى الحقيقة وصادقون، وإن كانوا ليسوا كذلك، فهل الجمهور الذي سيشهد هذه المناظرة، هل يمكن التأثير على قناعاتهم بشكل إيجابي؟

والداعية المسلم عليه أن يتسلح بأخلاق الإسلام حتى يكون مؤثراً مقنعاً، فلا يجوز له الاستخفاف بمن يناظره أو احتقاره، ولا يلجأ إلى أسلوب التجريح الشخصي أو الإساءة للآخرين، وعليه ألا يفعل، مستهدياً في ذلك بقول رب العالمين لعباده المؤمنين «وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ» الإسراء: 53 وأمر سبحانه نبيه موسى مخاطبة فرعون باللين فقال: «فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى» طه: 44.

وعلى الداعية أن يخاطب في مناقشته العقل ويراعي التسلسل في الحوار، مع دعوة خصمه للاتفاق على مبادئ أساسية وعامة قبل الحوار حتى يساعد ذلك على الانتهاء سريعاً من الحوار والخروج بنتائج مرضية.

هذا هدي النبي المصطفى صلى الله عليه وسلم الذي ما كان يزيده جهل الكافرين عليه إلا حلمًا، لا يسب ولا يشتم ولا يجرح مخالفيه، ويناقدتهم ويصبر عليهم، انظر كيف استقبل وفد نصارى نجران في المسجد ومجادلتهم له وصلاتهم في داخل المسجد إلى قبلتهم، إلى أن دعاهم للمباهلة، أو للاتفاق على أساس يقبله الجميع وانظر دعوته لليهود وجدالهم العقيم له، ولما أقر له يهوديان بالنبوة دعاهما إلى الإسلام فخافا أن تقتلهما يهود وقد حاور عدي بن حاتم حتى أسلم

ولا بأس أن يستعين الداعية في معرض تأثيره على غير المسلمين بقصص الأمم السابقة ولقد أكثر القرآن الكريم من القصص وضرب المثل لما في التاريخ من دروس وعبر وعظات لها تأثيرها الكبير على النفوس - انظر فوائد المثل والقصة في القرآن، وكان الدعاة من قبل يندرون أقوامهم بما حدث للأمم من قبلهم مثل مؤمن آل فرعون: ﴿يَا قَوْمِ لَكُمْ الْمُلْكُ الْيَوْمَ ظَاهِرِينَ فِي الْأَرْضِ فَمَنْ يَنْصُرُنَا مِنْ بَأْسِ اللَّهِ إِنْ جَاءَنَا قَالَ فِرْعَوْنُ مَا أُرِيكُمْ إِلَّا مَا أَرَى وَمَا أَهْدِيكُمْ إِلَّا سَبِيلَ الرَّشَادِ * وَقَالَ الَّذِي آمَنَ يَا قَوْمِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ مِثْلَ يَوْمِ الْأَحْزَابِ * مِثْلَ دَابِ قَوْمِ نُوحٍ وَعَادٍ وَثَمُودَ وَالَّذِينَ مِنْ بَعْدِهِمْ وَمَا اللَّهُ يُرِيدُ ظَلَمًا لِلْعِبَادِ﴾ سورة غافر: 28 - 31.

الإذاعة والتلفزيون: وهما من الوسائل الهامة في وقتنا المعاصر إذ يستطيع الداعية أن يبلغ بصوته وصورته إلى بلاد من العسير عليه أن

يبلغها إلا بشق النفوس، ويستطيع أن يخاطب جميع الطوائف والجماعات البشرية، وأن يوضح لهم أصول العقيدة وأخلاق الإسلام، ومعاني القرآن.. غير أن على المسلمين أن يجيدوا استخدام المحطات الإذاعية والتلفزيونية للوصول إلى جميع الناس، وعلى المسلمين كذلك أن يخاطبوا الناس بلغاتهم كل ذلك حتى يعذروا أمام ربهم عز وجل بأنهم فعلوا وسعهم في تبليغ دعوة الله تعالى؛ من خلال الكلمة الطيبة والأنشودة وحتى التمثيلية الهادفة التي أعدت إعداداً جيداً، إذ لا يشك راشد معاصر اليوم ما لوسائل الإعلام عامة والإذاعة والتلفزيون بشكل خاص من أثر بالغ على قناعات الناس وسلوكهم وأخلاقهم بل وطريقة حياتهم مما هو واقع مشاهد.

وقد نضيف إلى ما تقدم من وسائل قولية أخرى مؤثرة مثل شريط الفيديو والشريط المسجل..

الوسيلة الثالثة: الدعوة بالكتابة:

أهم أساليب الدعوة الكتابية اليوم الكتاب والمقال والمجلة وشبكة المعلومات "الانترنت".

الكتاب: يستطيع فيه الداعية أن يتناول مواضيع الإسلام المختلفة بشكل مفصل مع ذكر الأدلة ومناقشتها، وشبهات المبطلين على الإسلام وبيانها والردود عليها، كما يستطيع الكتاب أن يبرز معالم الإسلام وهديه في

جوانبه العقائدية والتشريعية والأخلاقية والاجتماعية، والسياسية وفي العبادات ... الخ الأمر الذي يجعل الكتاب من الوسائل الدعوية المؤثرة التي نستطيع به أن ندخل بيوتاً كثيرة، وأن نعمل على أن يكون في متناول أكبر شريحة ممكنة من الناس غير المسلمين.

والمقال والمجلة والنشرة الموجهة يتناول فيها الداعية موضوعاً من مواضيع الإسلام المختلفة ليبينه للناس، أو ليوضح بعض معالمه التي تهم جمهور المخاطبين. وقد استخدم رسول الله صلى الله عليه وسلم الرسائل وسيلة لتبليغ الدعوة إلى الإسلامية لكسرى وقبصر والنجاشي والمقوقس والبحرين وعمان... الخ وهي وسيلة استخدمها سليمان عليه السلام في بلقيس ورعيثا إلى الإسلام إذ قال للهدد: «أذهب بكتابي هذا فألقه إليهم ثم تَوَلَّ عَنْهُمْ فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ» النمل: 28.

أما **شبكة المعلومات** فلها شأن عظيم لو أحسن الداعية استخدامها في مخاطبة كل الناس إذ يستطيع وهو في بيته اليوم أن يتحدث مع كل الأجناس البشرية، وأن يناقشهم، وأن يدعوهم ويرد على أسئلتهم، مما يؤدي إلى التأثير فيهم؛ خاصة إذا علمنا أن غالبية جمهور شبكة المعلومات هم من فئة الشباب الذين يتميزون دائماً بتقبل الرأي الآخر والتأثر به إلى حد الاقتناع إن وجد الكلمة الطيبة والهادفة البعيدة عن التشنج والعصبية مع الأسلوب العلمي الرصين.

أهم المراجع

- أولا : القرآن الكريم
ثانيا : صحيح البخاري
ثالثا : كتب ودراسات :
د. أحمد نوفل ، الإشاعة (المنصورة : دار الوفاء للطباعة والنشر ،
1983)
محمد عبد القادر حاتم ، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية (القاهرة :
الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2006)
مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز (القاهرة : الهيئة العامة لشئون المطابع
الأميرية ، 1990م ،
د. محمود أبو زيد ، الشائعات والضبط الاجتماعي ، دراسة سسيومترية في
قرية مصرية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1980)
د. محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس (القاهرة : مكتبة ابن
سينا ، 1996م) ص 12
د. محمد رمضان البوطي ، فقه السيرة النبوية (القاهرة : دار السلام
للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة ، 1999م)
د. محمد فريد عزت ، بحوث في الإعلام الإسلامي (جدة : دار الشروق ،
1983م)

محمد عبد الرؤوف بهنسي ، الرأي العام في الإسلام (القاهرة :مؤسسة
الخليج العربي ، الطبعة الثانية ، 1987م)
د. عدنان محمود الكلوت ، وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني في
القرآن الكريم والسنة النبوية
د محمد سيد طنطاوي ، الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام (القاهرة
: دار الشروق :2001)
أبو محمد عبد الملك بن هشام المعافري ، السيرة النبوية (القاهرة : دار
التراث العربي : تحقيق د .أحمد حجازي السقا ، د. ت.)
سبأ عبد الله باهيري ، قراءات واجتهادات في الحرب النفسية (الرياض :
1422هـ، د.ن.)

G.W.Allport and Leo Postman ,The Psychology of Rumor-
Henry Holt and Co. New York ,1984,